

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diajukan beberapa kesimpulan penting yang merupakan dari jawaban permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. *Social media marketing* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko Elna *Cake & Bakery* di Kota Padang.
2. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko Elna *Cake & Bakery* di Kota Padang.

#### 5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan kesimpulan hasil pengujian hipotesis yang telah dijelaskan diatas maka dapat dibuat beberapa implikasi penting yang tentunya bermanfaat bagi:

1. Pihak manager toko Elna *Cake & Bakery* diharapkan lebih meningkatkan promo yang dilakukan melalui media social agar pelanggan tidak berpindah ke toko lain. Mengingat bahwa *social media marketing* merupakan salah satu strategi pemasaran yang sangat banyak digunakan pada saat sekarang ini, dan pihak toko harus mampu menentukan target pasar yang diinginkan.
2. Pihak manajer toko juga harus mampu meningkatkan kualitas produk dengan cara lebih memperhatikan masa kadaluwarsa suatu produk, hal

inidapat dilihat dari proses pengovenan dan penggunaan bahan baku yang tepat dan pastikan produk yang dijual masih *fresh* sehingga konsumen tidak merasa kecewa saat membeli produk di toko tersebut.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak sempurna dan memiliki keterbatasan-keterbatasan yang mungkin akan mempengaruhi hasil yang diinginkan. Secara umum keterbatasan yang peneliti rasakan yaitu:

1. Penelitian ini hanya meneliti tentang *social media marketing* dan kualitas produk sedangkan masih banyak variabel-variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini sangat sedikit sehingga tingkat keakuratan data dalam hasil penelitian ini belum bisa mewakili data yang sebenarnya.

### **5.4 Saran**

1. Penelitian yang akan datang diharapkan dapat mengatur waktu dalam mencari data responden agar data yang dihasilkan lebih akurat.
2. Penelitian berikutnya diharapkan juga dapat mengembangkan variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam berbelanja di toko *Elna Cake & Bakery* di Kota Padang.

## DAFTAR PUSTAKA

- As'ad, H. A. R., & Alhadid, A. Y. (2014). *The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity*.
- Bruhn, M., Shoenmuller, V., Schafer, D., & Heinrich, D. (2012). Brand authenticity: Towards a deeper understanding of its conceptualization and measurement. *Advances in Consumer Research*, 40, 567-576.
- Crismon, E., & Andy. (2022). Pengaruh Keragaman Produk , Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Roti Viva Bakery, Total Persada - Tangerang. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2).
- Dahliani, Y., & Ahwal, R. H. (2021). Kajian Pengaruh Kualitas Produk Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Gieselin Food Sukses Makmur di Jember. *Inovasi Penelitian*, 2(1), 181–189.
- Devitasari, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Indomaret di Desa Wringinanom Kabupaten Gresik. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1-15.<http://repository.untag-sby.ac.id/id/eprint/3721>.
- Didiharyono, D. (2016). Penerapan Metode Statistical Processing Control Untuk Menganalisis Pengendalian Kualitas Produk Pada PT. Asera Tirta Posidonia (No. v4fx6). *Center for Open Science. Jurnal Equilibrium* 2(4), 325-332.
- Elna Cake & Bakery. Ringkasan Ulasan Google. 30 November 2022 (21 Juni 2023). <https://g.co/kgs/rNVISh>
- Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UIAT*, 1(1), 31-40
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Krisna, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 149–159. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v8i2.1081>
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing: Step-By-Step Techniques To Spread the Word About Your Business Fast and Free*.
- Hawkin dan Lonney dikutip dalam Tjiptono, 2010. *Indikator KepuasanKonsumen, Jakarta : Binarupa Aksara*

- Jaya, L., Yuliana, Y., & Arwin, A. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The Wrappers, Medan. *Escaf, 1*, 1–7.
- Kotler dan Keller. 2014. *Buku Prinsip Prinsip Pemasaran* By Philip Kotler Gary Armstrong Edisi 12 Jilid 1&2. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P and Keller, K. L. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. PT Indeks. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L (2009). Marketing Management. *In Organization* (Vol.22).
- Lumintang, G., Lumintang, G., & Jopie, R. J. (2015). Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holland Bakery Boulevard Manado Analysis of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction At Holland Bakery Boulevard Manado. *Maret, 3*(1), 1291–1302.
- Muangsal, Furqon, M., Nurmansyah, A., & Fitriya. (2022). Pengaruh Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada pasarmu.id Kota Cirebon. *Jurnal Administrasi Bisnis, 8*(1), 71–77. <http://www.jurnal.plb.ac.id/index.php/atrabis/article/view/920/468>.
- Nurfitriani. (2016). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Official Account Line Alfamart Terhadap Minat Beli Konsumen. 1–18. <https://media.neliti.com/media/publications/124288-ID-none.pdf>.
- Nurjannah, N., & Ramadhan, F. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Golden & Cake Kota Palopo. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting), 4*(1), 85. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i1.634>
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2012, *Manajemen Pemasaran* ed. Ketiga Belas. Jilid 2 Terjemahan oleh BOB Sabran MM : Penerbit Erlangga.
- Pratiwi, dewi jayaningtyas, & Pusporini, W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pusat Oleh-Oleh Bakpia Pathok Rizky Yogyakarta. *EProceedings ...*, 9(4), 2237–2245. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/18310/17889>
- R. Makmur, "Manajemen E-commerce," *Bandung Inform.*, 2018.
- Sarifuddin, T., & Isra, M (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kentucky Fried Chicken Cabang Palu Grand Mall. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting), 2*(1), 1-2.
- Sekaran, U. 2010. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Buku I. Jakarta: Salemba Empat.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, (2008) *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: (ID) Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3. Jakarta: Adi.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi.
- Tsitsi, E.a. (2013). The Adoption of Social Media Marketing in South Africans Banks. *European Business Review*, 25:4, 366.
- Tuten, Tracy L. (2008). *Advertising 2.0: Social Media Marketing in a Web 2.0 World*. USA: Greenwood Publishing Group.
- Wibowo, A. S. (2013). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan di Kota Purwokerto, 36-97.<http://lib.unnes.ac.id/18048/1/7350408009.pdf>.
- Wibowo, D. U., Yulianto, E., & Sunarti. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Kesadaran Merek, Citra Merek dan Kepuasan Konsumen. *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(1), 130–137. <https://profit.ub.ac.id/index.php/profit/article/view/2605>
- Yayu Rahayu, A. S., & Gulo, F. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Cititrans Bandung. *Bulletin of Management and Business*, 3(1), 294–304.