

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli ulang Camkoha Cafe
2. Promosi tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang Camkoha Cafe
3. Kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap minat beli ulang Camkoha Cafe

5.2 Implementasi Penelitian

1. Dari segi kualitas produk Camkoha Cafe, *Owner* harus tetap terus melakukan evaluasi berkala apa yang menjadi kendala dari konsumen dan kekurangan dari produk-produk CAMKOHA Cafe yang ditawarkan. Hal ini nantinya diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen atas kualitas produk yang ditawarkan dengan menciptakan produk yang enak secara rasa dan terus *update*.
2. Camkoha Cafe harus terus meningkatkan promosi kepada konsumen, *owner* dapat membuat konten promosi yang lebih menarik dan sesuai dengan target pasar, sehingga hal ini diharapkan akan meningkatkan kesadaran dan minat orang untuk melakukan pembelian ulang di Camkoha Cafe.

3. Camkoha Cafe agar selalu melihat persaingan pada industri yang linear secara ketat dan Camkoha Cafe harus mempertahankan pelayanan , fasilitas, kemudahan, dan kenyamanan agar pelanggan merasa puas. Sehingga dari apa yang kita pertahankan dan terus perbaiki akan menimbulkan kepuasan dan dapat meningkatkan minat beli ulang konsumen.

5.3 Saran-saran

Berdasarkan dari hasil analisis penelitian serta hal-hal yang berkaitan dengan keterbatasan penelitian ini, maka saran yang disampaikan penulis untuk peneliti dan pembaca selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Peneliti yang akan datang dapat mereplikasi model penelitian ini dengan variabel dan responden yang berbeda.
2. Penelitian berikutnya juga dapat mengembangkan model penelitian ini dengan mempertimbangkan atau menambahkan variabel lain yang mempengaruhi minat beli ulang konsumen Camkoha Cafe, seperti kualitas pelanggan, harga, kepercayaan dan variabel lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, A. T., & H, S. M. (2015). Analisa Pengaruh Kualitas Makanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen D'Cost Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3(2), 643–655.
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Bahar. A., dan Sjahrudin. H., (2015) Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*. Vol. 3 September 2015
- Basu Swasta dan Irawan, 2009. *Manajemen Pemasaran Modern*, Lembaga Manajemen Akademika Manajemen perusahaan, Yogyakarta
- Daryanto, 2012, *Sari Kuliah Manajemen Produksi*, Bandung: Penerbit Satu Nusa
- Dewi. D. K. (2021) Pengaruh Consumer Trust, Brand Image, Dan Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pada Pengguna Kartu Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. Volume 10. Nomor 8. Agustus 2021
- Dutka, Alan. 2008. *AMA Hand Book for Konsumen dan Pesaing*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Fakaubun. U. F. K. (2019). pengaruh citra merek terhadap minat beli ulang sepatu adidas di malang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (studi kasus pada toko sport station dinoyo, malang). *jurnal ilmu manajemen*. volume 4 nomor 2 september 2019
- Ferdinand, A. (2002). Kualitas Strategi Pemasaran: Sebuah studi Pendahuluan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 1(1), 107-119.
- Firdaus. S., Rahmi. A. Dan Ummi. R. (2021). Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Ulang Di Gerai Pusat Aksesoris Simpang Surabaya Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh*. Vol 11. No. 1. 2021

- Hair, Joseph E, Jr et all. (2014). *A primer on Partial Least Squares Structural Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, Inc. California. USA
- Hair, Joseph E, Jr et all. (2017). *A primer on Partial Least Squares Structural Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, Inc. California. USA
- Hasan, Ali (2018). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan* (Cetakan Pertama). Yogyakarta: Mediapressindo.
- Ikram, M.A., Zulkarnain., Alvi, F.A. (2019). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Of Usefullness, Customer Satisfaction & Trust terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Lazada di Pekanbaru). *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, Vol. XI. No. 3. Juli 2019, p. 599-618
- Irawan, Handi, 2008. Membedah strategi Kepuasan pelanggan. Cetakan pertama: PT. Gramedia: Jakarta
- Kim, Changsu, Robert D. Galliers, Namchul Shin, Joo-Han Ryoo, Jongheon Kim. (2012). Factors Influencing Internet Shopping Value And Customer Repurchase Intention. *Electronic Commerce Research And Applications* 11 Pp. 374-387.
- Kotler, P dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT. Inseks, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. dan Keller, K. Lane.(2016). *Marketing Management*. Fifteenth Edition. New York: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management Edition 14th*. Pearson Education
- Kotler, P., & Keller. L. K. (2009) *Manajemen Pemasaran Terjemahan*. 13 Ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., 2003, *Marketing management*, NewJersey, Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. 2001. *Marketing: An Introduction*, (Third Edition). New Jersey: Prentice Hal, Inc.

- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kusumadewi. N., dan Saraswati. T. G., (2020) Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Official Store Scarlett Di Shopee dan Tokopedia. *E-Proceeding of Management*. Vol 7 No 2 (2020)
- Lianto. A. F. (2018). Pengaruh Trust, Perceived Value, Brand Image Dan Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Batik Air Di Jakarta Dan Tangerang. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*. Volume 02. No.4.2018
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani,A. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat :Jakarta.
- Lupiyoadi, R. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Luthfiana. N. A. dan Hadi. S. P. (2019) Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Pembeli di Marketplace Shopee). *Diponegoro Journal Of Social And Politic*. Vol 8. No 2.
- Maharany. A. M., Saidani. B. Dan. Fidhyallah. N. F. (2021). Pengaruh Kepuasan Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Minat Beli Ulang Pada E-Commerce Marketplace X Di Indonesia. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*. Volume 2. No. 2 (2021)
- Mahemba. U. S. A. K. dan Rahayu. C. W. E. (2019) Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi Di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta). *Prosiding Seminar Nasional Universitas Respati Yogyakarta*. Vol 1. No 2.
- Murwanti. S. dan Pratiwi. A. P. (2017) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Service Motor Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Bengkel

Motor Ahas Cabang Ums). *UMS Publikasi Ilmiah*. ISBN: 978-602-361-067-9.

Nasution, M.N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia

Nasution, M.N. 2004. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia

Nitisusastro, Mulyadi, 2012. *Prilaku Konsumen Dalam Prespektif Kewirausahaan*. Bandung

Nurkhasanah. S. dan Mahmud. (2022) Pengaruh Persepsian Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Online Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Pada Shopeefood). *Jurnal Manajemen dan Dinamika Bisnis*. Vol 1. No 2.

Peburiyanti, D., & Sabran, S. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini Di Tenggarong. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 20(1).

Prayoni. I. A. dan Respati. N. N. S. (2020) Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian Ulang. *E-Jurnal Manajemen*. Vol. 9, No. 4, 2020

Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Cv Alfabeta.

Priyono, E., Haryono, A. T., & Minarsih, M.M. 2016. Analisis Pengaruh Citra Merek, Strategi Promosi, Atribut Produk, Harga Terhadap Minat Berkunjung Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli (Studi Empiris Pada Pameran Computer Di Javamall Semarang). *Journal of Management*. Vol 2.No 2.1–22.

Putri. R. B. A. E. (2021) Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Pisang Slebew. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Volume 6, Nomor 1, April 2021

- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap minat beli ulang pada sepatu nike running di semarang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 59-70.
- Santi. E. R. dan Supriyanto. A. (2020) Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Sate Taichan Banjar D'licious). *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 4. No. 1. Maret 2020
- Sekaran, Uma. 2017. *Metodologi Penelitian Untuk bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setyawati. S. M. (2019). Dampak Integrasi E-Service Quality Dan E-Satisfaction Pada E-Repurchase Intension Konsumen Aplikasi Go-Jek Kategori Go-Ride. *Performance*. Volume 26. Nomor 2. Tahun 2019
- Sobari. H. dan Gunawan. G., (2021) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Belrum Kecamatan Penumbangan Kabupaten Ciamis. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*. Vol 5. No 2. 2021
- Stoner, James AF, Freeman, R Edward dan Gilbert JR, Daniel R, 2010, *Manajemen*, Jakarta: Penerbit Indeks Gramedia.
- Sudarmo, I. G. (2013). *Pengantar Bisnis Edisi 2*. BPFE, Yogyakarta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. In Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. In Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang, (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Penerbit CAPS, Yogyakarta.
- Swastha, Basu, Irawan, 2001, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta
- Thamrin, Sylvia, Denada. 2003. Studi mengenai proses adopsi konsumen pasca tayang iklan produk xon-ce di surabaya. *Jurnal sains pemasaran indonesia*. Vol 11, no.2, September 141-154

- Zuhdi, R dan Kesuma, M. (2022) Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Pada Usaha Food And Beverage Dongdongg.Id Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*. Vol. 7 no. 3
- Jordi, D., & Prabantoro, G. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Coffeography Salemba). *SI Manajemen*, 1-20.
- Umami, R., dkk. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Café. *Jurnal Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*. Vol. 15 no. 2 (2019).
- Jordi, D., & Prabantoro, G. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Coffeography Salemba). *SI Manajemen*, 1-20.
- Peburiyanti, D., & Sabran, S. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini Di Tenggarong. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 20(1).