

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk dan harga minuman kopi berbasis blend arabika – robusta terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Rimpang Desa Ngampel Kabupaten Bojonegoro, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk minuman kopi berbasis blend arabika – robusta berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Rimpang Desa Ngampel Kabupaten Bojonegoro. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi uji t sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, dengan koefisien regresi sebesar 0,536. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas produk akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang meliputi rasa kopi, aroma kopi, penyajian minuman, dan konsistensi kualitas terbukti menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan di Kedai Rimpang.

2. Harga minuman kopi berbasis blend arabika – robusta berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Rimpang Desa Ngampel Kabupaten Bojonegoro. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi uji t sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, dengan koefisien regresi sebesar 0,382. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik persepsi pelanggan terhadap harga yang ditawarkan, yang meliputi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan daya saing harga, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan di Kedai Rimpang.

3. Kualitas produk dan harga minuman kopi berbasis blend arabika – robusta secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Rimpang Desa Ngampel Kabupaten Bojonegoro. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 154,170 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,876 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara kedua variabel

independen dengan kepuasan pelanggan. Adapun nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,768 menunjukkan bahwa 76,8% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan harga, sedangkan sisanya sebesar 23,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

6.2.1 Bagi Pemilik dan Pengelola Kedai Rimpang

A. Kualitas produk terbukti sebagai variabel yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, pemilik dan pengelola Kedai Rimpang disarankan untuk senantiasa mempertahankan dan meningkatkan kualitas minuman kopi berbasis blend arabika – robusta yang disajikan, khususnya dari aspek konsistensi rasa, aroma yang khas, dan tampilan penyajian yang menarik pada setiap pelayanan. Standar penyeduhan dan rasio campuran biji kopi arabika dan robusta perlu dijaga secara ketat agar cita rasa yang dihasilkan tetap sesuai dengan harapan pelanggan.

B. Harga yang ditawarkan Kedai Rimpang sudah dinilai positif oleh pelanggan dari sisi keterjangkauan dan kesesuaian dengan kualitas produk. Namun demikian, pengelola perlu terus memantau perkembangan harga di kedai kopi pesaing di sekitar wilayah Bojonegoro agar daya saing harga tetap terjaga. Penetapan harga yang transparan dan sebanding dengan nilai produk yang diterima perlu dipertahankan sebagai salah satu strategi untuk menjaga loyalitas pelanggan.

C. Mengingat nilai R^2 sebesar 76,8%, masih terdapat 23,2% faktor lain yang turut memengaruhi kepuasan pelanggan di luar kualitas produk dan harga, seperti kualitas pelayanan, suasana kedai, lokasi, dan promosi. Oleh karena itu, pengelola Kedai Rimpang juga disarankan untuk memperhatikan aspek-aspek tersebut guna meningkatkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh dan mendorong pembelian ulang.

6.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

A. Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen, yaitu kualitas produk dan harga. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, seperti kualitas pelayanan, suasana kedai (store atmosphere), lokasi, promosi, atau loyalitas pelanggan, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif.

B. Peneliti selanjutnya dapat memperluas wilayah penelitian atau melakukan studi komparatif antara beberapa kedai kopi UMKM di Kabupaten Bojonegoro maupun di daerah non-sentra kopi lainnya, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasi dengan lebih baik dan memberikan kontribusi yang lebih luas bagi pengembangan ilmu agribisnis hilir.

C. Metode penelitian dapat dikembangkan dengan mengombinasikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif (mixed methods) untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang membentuk kepuasan pelanggan pada usaha kedai kopi berbasis komoditas pertanian di tingkat hilir.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdhaliana. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe Haus Kecamatan Panakkukang Kota Makassar*. 2, 1–9.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Resto Oto Bento Villa Nusa Indah, 2020). *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.
- Awalusia Elsa, M., & Oktayani, D. (2024). *Pengaruh Kepemimpinan Dan Motivasi Terhadap Disiplin Kerja Pegawai Dinas Tenaga Kerja Dan Transmigrasi Kabupaten Bima*. 1(4), 428–439.
- Cardoso, F. C., Berri, R. A., Lucca, G., Borges, E. N., & Mattos, V. L. D. De. (2023). Normality Tests: A Study Of Residuals Obtained On Time Series Tendency Modeling. *Exacta*, 23(1), 134–158. <https://doi.org/10.5585/2023.22928>
- Dewi, F., Anggraini, P., Ana, V., Setyawati, V., Dian, U., & Semarang, N. (2022). *Jurnal Basicedu*. 6(4), 6491–6504.
- Dodi Ria Atmaja, & Putri Lestari. (2025). Pengaruh Perceived Quality, Perceived Value, Brand Trust Dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty Yang Dimediasi Oleh Customer Satisfaction. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(1), 84–107. <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V14i1.1295>
- Ernawati, Pratama, Fithri, & Hasyim, K. P. (2023). Uji Normalitas Data Dengan Software Spss. *Universitas Yarsi, June*, 1–23.
- Fadhil Adli, M., Wijayanto, A., & Farida, N. (2023). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 321–331.
- Ferrel. (2011). *Marketing Strategy*.
- Hamsidar, Astman, P., Megawati, & Nurdin, F. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Harga Minuman Kopi Di Kedai Kopi Duapertiga*,

Kabupaten Sinjai. 3(2), 116–123.

Huzaen, C. M. Z., Haz, A. N., Kurniawati, R., Ekonomi, F., & Makassar, U. N. (2025). *Pemberdayaan Umkm Kopi Melalui Seminar Kewirausahaan Untuk Strategi Branding Produk*. 03(02), 335–341.

Jatra Hari Nugroho, Idham Lakoni, Janusi Waliamin. (2025). *Physical Evidence Terhadap Keputusan Pembelian*. 01(01), 121–135.

Khoirunnisa, S. K. (2021). *Analisis Manajemen Pendidikan Sekolah Dasar Berorientasi Multikultural*. 32(3), 167–186.

Kotler, P., & Amrstrong, G. (2018). *Marketing*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.

Kuschner, O’connor, & Butz, A. M. (2017). Multicollinearity In Regression Analyses Conducted In Epidemiologic Studies. *Physiology & Behavior*, 176(12), 139–148. <https://doi.org/10.4172/2161-1165.1000227>.Multicollinearity

Lia Nazliana Nasution, Bakhtiar Efendi, & Rizkil Khoir. (2024). Financial Inclusion And Income Improvement Of Umkm In Indonesia: An Analysis. *Proceeding Of The International Conference On Business And Economics*, 2(2), 188–205. <https://doi.org/10.56444/Icbeuntagsmg.V2i2.2160>

Liwandy, A., Liwandy, A., Harun, R., & Daud, S. (2025). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Kuliner Studi Kasus “Pempek 58 Pahoman ”Di Bandar Lampung. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 892–900.

Mardiani, Saleh, H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Pada Perawat Dalam Penjagaan Safety. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439.

Maulana, A. (2022). Analisis Validitas, Reliabilitas, Dan Kelayakan Instrumen Penilaian Rasa Percaya Diri Siswa. *Jurnal Kualita Pendidikan*, 3(3), 133–139. <https://doi.org/10.51651/Jkp.V3i3.331>

- Paryanto, E. (2025). Permintaan Kopi Indonesia: Faktor Penentu Dan Implikasinya Terhadap Industri Kopi. *Indonesian Journal Of Economy, Business, Entrepreneurship And Finance*, 5(1), 145–155. <https://doi.org/10.53067/Ijebef.V5i1.228>
- Porajou, F. J. M., Dotulong, L. O. ., & Ogi, I. W. J. (2024). Pengaruh Social Media, Cafe Atmosphere, Dan Customer Experience Terhadap Revisit Intention Pada Lepoet Coffee House Ratahan. *Indonesian Journal Of Economics, Management, And Accounting*, 1(5), 357–366.
- Pratiwi N.I. (2017). Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial, Issn: 2581*(1:2), 202.
- Prihatiningsih, B. E., & Susanti, A. (2023). Peran Umkm Terhadap Perekonomian Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Akuntansi, Manajemen*, 2(2), 91–107.
- Qisthina, D., Muhammad Fakih Kurniawan, & Tiana Fitrilia. (2024). Deskripsi Atribut Sensori Tiga Jenis Kopi (Arabika, Robusta, Dan Liberika) Asal Indonesia Dan Hasil Cupping Score. *Karimah Tauhid*, 3(8), 9031–9042. <https://doi.org/10.30997/Karimahtauhid.V3i8.14611>
- Rahmallah, Nadhifahnasution, S., Reihansyah, M., & Ramadhan, M. R. (2025). Strategi Kedai Teduh Kenduri Kopi Di Jalan Gaharu Dalam Mempertahankan Popularitas Di Tengah Persaingan Coffee Shop Di Kota Medan. 3(12), 441–450.
- Risnita, Sofwatillah, Jailani, M. S., & Saksitha, D. A. (2024). Tehnik Analisis Data Kuantitatif Dan Kualitatif Dalam. *Journal Genta Mulia*, 15(2), 79–91. <https://ejournal.stkipbbm.ac.id/index.php/Gm>
- Ruslim, T. S., Sukaman, J. V., Siswanto, H. P., & Saktiana, G. M. (2024). The Antecedents Of Coffee Shop Customers' Satisfaction (A Case Study On 'Kopi Kenangan' Outlet In West Jakarta, Indonesia). *International Journal Of Application On Economics And Business*, 2(2), 3772–3779. <https://doi.org/10.24912/Ijaeb.V2i2.3772-3779>

- Sari, W. P., Sunarharum, W. B., & Maligan, J. M. (2023). Kajian Literatur: Profiling Komponen Aroma Kopi Robusta Literatur Review: Profiling Aroma Compound Of Robusta Coffe. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Pangan - Viii*, 1(1), 111–120.
- Siti Ila Sulaila, Tiara Cahyani, & Muhammad Ipan. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Z'coffee. *Mamen: Jurnal Manajemen*, 4(3), 498–510. <https://doi.org/10.55123/Mamen.V4i3.5910>
- Sugiyono. (2020). Uji Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(1), 55–61.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta. In *Bandung: Alfabeta*.
- Taufiqurrahman, & Tartiani, Y. A. T. (2023). *Jurnal Ekonomi Bisnis , Manajemen Dan Akuntansi (Jebmak) P – Issn : 2964-8858 E-Issn : 2963-3087 Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai Norak Kopi Galaxy Bekasi Taufiqurrahman , Yuni Astuti Tri Tartiani Fakultas Ekonomi U*. 2(2).
- Tawakal, A. (2022). Development Of Coffee Production In Kepahiang. *Jurnal Fokus Manajemen*, 2(2), 143–152.
- Umami, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Worsu Coffe Cafe As'at Rizal Sumartik. *Jurnal Bisnis*, 5(2), 250–257.
- Undari Sulung, M. M. (2024). Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (Iicls) Page 25. *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (Iicls)*, 5(2), 28–33.
- V.A.R.Barao, R.C.Coata, J.A.Shibli, M.Bertolini, & J.G.S.Souza. (2022). Mengenal Tanaman Kopi. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.

- Vahreza, A. V., Nuraisyah, A., Irawan, T. B., Budi, N., Studi, P., Tanaman, B., Jember, P. N., & Artikel, I. (2025). *Uji Organoleptik Hasil Blending Kopi Robusta (Coffea Canephora) Dan Kopi Arabika (Coffea Arabica) Pada Berbagai Komposisi Terhadap Karakteristik Sensori Kopi Vietnam , Brazil , Dan Colombia . Kopi Merupakan Salah Satu Komoditi Hasil Kebun Yang Meningk.* 4, 95–101.
- Wahyudi, Avianti, W., Martin, A., Jumali, Novita, Andriyani, Prihatiningsih, D., Misesani, D., Fahrudin, Yufrinalis, M., Mbari, Maria Angelina Fransiska, Ningsih, Arum Gati, Yulianto, A., Rokhman, M Taufiq Noor, Haqiyah, A., & Sukwika, T. (2023). *Metode Penelitian Dasar Praktik Dan Penerapan Berbasis Ict.*
- Yapriyadi, S. B., & Erdiansyah, R. (2025). *Kualitas Produk, Faktor Lingkungan, Dan Layanan Purna Jual Sebagai Predikto...* 130–139.
- Zargustin, D., Harmaidi, D., Nurwati, N., & Susi, N. (2026). *Enrichment : Journal Of Multidisciplinary Research And Development Analysis Of Indonesian Coffee Production , Area , And Consumption Trends In 2022-2026 : Opportunities And Challenges In Maintaining The Sustainability.* 2(November 2023), 2022–2027.