

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan UMKM Kopi Mewah di Media Sosial dan Marketplace Terhadap Kepuasan Konsumen” menemukan kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan kualitas pelayanan UMKM Kopi Mewah di media sosial *Facebook* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen jika dilihat dari indikator keandalan ( $X_{F1}$ ), jaminan ( $X_{F3}$ ), dan bukti fisik ( $X_{F5}$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
2. Kualitas pelayanan UMKM Kopi Mewah di media sosial *Instagram* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen jika dilihat dari indikator keandalan ( $X_{I1}$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
3. Kualitas pelayanan UMKM Kopi Mewah di *marketplace* Shopee berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen jika dilihat dari indikator bukti fisik ( $X_{S5}$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
4. Kualitas pelayanan UMKM Kopi Mewah di *marketplace* Tokopedia berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen jika dilihat dari indikator jaminan ( $X_{T3}$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang menyatakan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di *Facebook*, *Instagram*, *Shopee* dan *Tokopedia* maka disarankan:

1. UMKM Kopi Mewah dapat mempertahankan kualitas pelayanan di *Facebook* terutama pada indikator keandalan, jaminan, dan bukti fisik karena berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Penjual Kopi Mewah juga harus lebih aktif lagi dalam merespon konsumen sehingga dapat meningkatkan reputasi di *Facebook*. Penggunaan *Facebook Marketplace* belum disarankan untuk berjualan karena fitur ini tidak menjamin efektivitas.
2. UMKM Kopi Mewah dapat mempertahankan kualitas pelayanan di *Instagram* terutama pada indikator keandalan. *IG Shop* harus dimaksimalkan agar konsumen baru yang mengetahui produk Kopi Mewah di *Instagram* dapat dengan mudah diarahkan pada *marketplace*.
3. UMKM Kopi Mewah dapat mempertahankan kualitas pelayanan di *Shopee* terutama pada indikator bukti fisik. Pengemasan sebaiknya dilakukan dengan bahasa yang terjangkau agar dapat menjamin barang sampai ke tangan ke konsumen dengan aman sehingga tidak memberatkan konsumen terkait biaya.
4. UMKM Kopi Mewah dapat mempertahankan kualitas pelayanan di *Tokopedia* terutama pada indikator jaminan dan empati. Penjual lebih baik mementingkan kualitas produk daripada desain kemasan.
5. Saran untuk peneliti selanjutnya: 1) menganalisis hubungan karakteristik responden dengan tingkat kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian

produk Kopi Mewah, 2) menganalisis tingkat kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan UMKM Kopi Mewah; 3) menganalisis komparasi kepuasan konsumen UMKM Kopi Mewah di media sosial dan *marketplace*.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Apriyani, D. A., & Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 51(2), 1-7.
- Basuki, A. T. (2018). *Pengantar Ekonometrika*. Yogyakarta: Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- BPS. (2020). *Hasil Survei Kegiatan Usaha Pada Masa Pandemi Covid-19*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- BPS. (2020). *Kegiatan Usaha Pada Masa Pandemi COvid-19*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Bryman, A. (2021). *Social Research Methods, 6th edition*. Oxford: Oxford University Press.
- Budiman, H. (2015). *Prospek Tinggi Bertanam Kopi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen*. Makasar: Global Research and Consulting Institute.
- Databoks. (2021, Februari 17). *Facebook, Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Dunia*. Diambil kembali dari Databoks: <https://databoks.katadata.co.id> (diakses tanggal 12 Oktober 2021)
- Databoks. (2021, Juli 13). *Indonesia Pengguna Facebook Terbesar Kedua di Asia Setelah India*. Diambil kembali dari Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/13/indonesia-pengguna-facebook-terbesar-kedua-dia-asia-setelah-india> (diakses 15 Oktober 2021)
- Databoks. (2021, Agustus 3). *Inilah Negara Pengguna Instagram Terbanyak, Indonesia Urutan Berapa?* Diambil kembali dari Databoks: <https://databoks.katadata.co.id> (diakses tanggal 15 Oktober 2021)
- Databoks. (2021, Juli 12). *Penetrasi Internet Indonesia Urutan ke-15 di Asia Pada 2021*. Diambil kembali dari Databoks: <https://databoks.katadata.co.id> (diakses tanggal 12 Oktober 2021)

- Devi, P. O., & Yusuf, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Massa Coffee Shop Bandung. *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 6(1), 228-232.
- Fahrika, I., & Roy, J. (2020). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Perkembangan Makro Ekonomi di Indonesia dan Respon Kebijakan yang ditempuh. *Inovasi* 16(2), 206-213.
- Fikri, M. E., & Ahmad, R. (2020). Strategi Mengembangkan Kepuasan Konsumen Online Shop Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Sabun Pyari). *Jurnal Manajemen Tools* 12(1), 87-105.
- Gafar, A. P. (2018). Proses Penginstanan Aglomerasi Kering dan Pengaruhnya Terhadap Sifat Fisiko Kimia Kopi Bubuk Robusta (Coffee robusta Lindi. Ex De Wili). *Jurnal Dinamika Penelitian Industri* 29(2), 163-169.
- Harfika, J., & Abdullah, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. *Balance* 14(1), 44-56.
- ICO. (2021, Mei). *International Coffee Organization*. Diambil kembali dari Trade Statistic Tables: <https://www.ico.org> (diakses tanggal 23 Januari 2022)
- ICO. (2022, Januari). *International Coffee Organization*. Diambil kembali dari Trade Statistics Tables: <https://www.ico.org> (diakses tanggal 23 Januari 2022)
- Kennedy, G. (2016). *Social Media: Master Social Media Marketing - Facebook, Twitter, YouTube & Instagram*. California: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Kompaspedia. (2021, Juni 28). *Pengguna Internet di Indonesia*. Diambil kembali dari Kompaspedia: <https://kompaspedia.kompas.id> (diakses tanggal 12 Oktober 2021)
- Lubis, A., Tambunan, S. B., & Wijaya, M. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Sakh'i's Coffee & Resto di Kota Medan. *Economics, Business and Management Science Journal* 1(2), 109-115.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Airlangga.
- Maarif, N. (2021, Februari 25). *Tokopedia e-Commerce yang Paling Banyak Dikunjungi pada Januari 2021*. Diambil kembali dari Detikinet: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5469818/tokopedia-e-commerce-yang-paling-banyak-dikunjungi-pada-januari-2021> (diakses tanggal 18 Oktober 2021)

- Malang, R. (2019, Desember 17). *Ungkap Data Riset, Toffin Ingin Industri Gerai Kopi Lebih Bertumbuh di 2020*. Diambil kembali dari RRI Malang: <https://m.rri.co.id/malang/ekonomi-perbankan/761327/ungkap-data-riset-toffin-ingin-industri-gerai-kopi-lebih-bertumbuh-di-2020> (diakses tanggal 10 Oktober 2021)
- Nasution, A. E., & Putri, L. P. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Online. *Festival Riset Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, 491-497.
- Ningrum, U. N. (2017). Pengaruh Tautan Berita Pada Facebook Terhadap Minat Membaca Beritanya (Studi Pada Buruh Pabrik PT Gajah Tunggal Tbk Tangerang). *Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Lampung*.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Simulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, . . . Beribe, M. F. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: NEM - Anggota IKAPI.
- Panggabean, E. (2019). *Buku Pintar Kopi*. Jakarta: PT Agromedia Pustaka.
- Prakoso, F. A. (2020). Dampak Corona Virus Disease (Covid-19) Terhadap Industri Food & Beverages. *Jurnal Manajemen Bisnis (JMB)* 33(2), 1-6.
- Pratiwi, A. M. (2021). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Satyagraha* 3(2), 73-81.
- Rahardjo, P. (2012). *KOPI Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Siyoto, S., & Sodik, M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Suharyadi, & Purwanto. (2017). *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wibowo, A. E., & Wulandari, Y. (2020). *SPSS Dalam Riset Layanan Jasa dan Kesehatan*. Yogyakarta: Gava Media.
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi. *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA)* 6(2), 43-48.
- Zunaitin, E., Niken, R., & Wahyu, F. (2017). Pengaruh E-money Terhadap Inflasi di Indonesia. *Journal Ekuilibrium* 2(1), 18-23.