

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Setiap indikator yang berisi pernyataan-pernyataan yang mewakili variabel penelitian yakni diferensiasi produk dan kepuasan pelanggan di Demajor Cafe Gorontalo memiliki validitas yang baik, dan jawaban yang konsisten dari responden.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel diferensiasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Demajor Cafe Gorontalo dengan melihat hasil koefisien regresi dimana  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel, sehingga hipotesis yang disusun telah terbukti dan diterima.

Hasil uji determinasi menunjukkan bahwa diferensiasi produk memiliki pengaruh sebesar Delapan Puluh Dua koma Delapan persen terhadap kepuasan pelanggan di Demajor Cafe Gorontalo, sementara sisanya sebesar Tujuh Belas Koma Dua persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, seperti harga, promosi, kualitas produk, kepercayaan, dan lain sebagainya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, peneliti menyarankan:

1. Agar Demajor Cafe Gorontalo serta perusahaan kuliner lainnya dapat mempertimbangkan setiap strategi pemasarannya khususnya dengan mengembangkan produk melalui diferensiasi produk sebagai untuk meningkatkan kepuasan pelanggan cafe.
2. Penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi dan referensi, baik bagi perusahaan, akademisi, dan pihak lainnya, untuk membahas praktek pengembangan produk khususnya mendiferensiasikan produk usaha sehingga berbeda dengan produk lainnya dan kepuasan pelanggan.
3. Kiranya penelitian ini dapat dijadikan acuan/ referensi bagi pihak lain untuk dapat menambah faktor atau variabel lainnya, serta mengubah objek penelitian, dan menguji pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri. 2006. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep Dan Strategi*. Jakarta: PT.Grafindopersada.
- Ashari, Anwar. 2009. *Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Motor Honda*. Universitas Negeri Semarang.
- Covey. 2009. *The Four Roles of Leadership*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Cooper dan Emory. 1996. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Dhamayanti, Shelyani. 2002. *Pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen Distro pocket twentytwo*: Tasikmalaya.
- Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Griffin. 2003. *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Airlangga.
- Ghozali. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. 2009. *Marketing*. Jakarta: Media Presindo.
- Indriantoro dan Sutopo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Kedua. Yogyakarta: Penerbit BFEE UGM.
- Kotler dan Keller. 2009. *Marketing Management*. Penerjemah Bob Sabran, Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. 2002. *Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium. Jilid 2*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas. Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Terjemahan: Alma. Cetakan kedelapan, Bandung: Alfabeta.

- Krama, Novid Wijaya. 2013. *Pengaruh strategi diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen hotel Rindu*. Sempadan.
- Lupiyoadi, Hamadani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, edisi kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Porter, Michael E. 1998. *Strategi Bersaing* Alih bahasa Sigit Suriyanto . Jakarta : Karisma Publishing Group.
- Raharjo. 2007. *Cooperative Learning*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sumarwan,Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono. 2006. *Manajemen Jasa. Edisi Kedua*.Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke dua. Yogyakarta: Andi.
- Utami,Karina dkk. 2014. *Pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan pelanggan pengguna Iphone*. Universitas Brawijaya Malang.
- Walker, et al 2001. *Marketing. Edisi ke-12*.New York,USA: McGraw-Hill Irwin.
- Widiyanto. 2008. *Metodologi Penelitian*. Semarang: BP Undip
- Yudhiarina, Bobby. 2009. *Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk, Merk dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen pada Perusahaan Rokok PT. HM. Sampoerna*. Jurnal Ichsan Gorontalo. Volume.4.No.2 Edisi Mei- Juli 2009.