

BAB V

SIMPULAN

5.1.Simpulan

Peneliti menyadari jika dalam penelitian yang berkaitan dengan pengaruh *Place, People, physical evidence*, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Gelis Kebumen ini masih jauh dari kata sempurna. Hal ini dikarenakan adanya keterbatasan yang terjadi dalam penelitian dan tidak bisa untuk dihindarkan. Keterbatasan-keterbatasan yang mempengaruhi hasil penelitian ini antara lain:

1. *Place* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Gelis Kebumen. Artinya peran *Place* dalam penelitian ini mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Gelis. Berdasarkan dibuktikannya hasil penelitian bahwa *Place* yang baik belum tentu meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan pada Kedai Gelis Kebumen.
2. *People* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Gelis Kebumen. Artinya peran *People* dalam penelitian ini mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Gelis Kebumen. Berdasarkan dibuktikannya hasil penelitian bahwa *People* berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan pada Kedai Gelis Kebumen.
3. *Physical evidence* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Gelis Kebumen. Artinya peran *physical evidence* dalam penelitian ini mempunyai pengaruh positif

terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Gelis Kebumen. Berdasarkan dibuktikannya hasil penelitian bahwa *physical evidence* berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan pada Kedai Gelis Kebumen.

4. Kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Gelis Kebumen. Artinya peran kualitas produk dalam penelitian ini mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Gelis Kebumen. Berdasarkan dibuktikannya hasil penelitian bahwa kualitas produk berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan pada Kedai Gelis Kebumen
5. Berdasarkan hasil uji F, variabel *Place*, *People*, *Physical Evidence*, dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Gelis Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kelima yang menyatakan bahwa *Place*, *People*, *Physical Evidence*, dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan diterima di masa depan.

5.3. Keterbatasan

Peneliti menyadari jika dalam penelitian yang berkaitan dengan pengaruh *place*, *people*, *physical evidence*, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Gelis Kebumen ini masih jauh dari kata sempurna. Hal ini dikarenakan adanya keterbatasan yang terjadi dalam penelitian dan tidak bisa untuk dihindarkan. Keterbatasan-keterbatasan yang mempengaruhi hasil penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini hanya menggunakan empat variabel independen, yaitu place, people, physical evidence, dan kualitas produk dalam menganalisis kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, masih terdapat faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti yang kemungkinan dapat memengaruhi kepuasan pelanggan Kedai Gelis Kebumen, tetapi belum dianalisis dalam penelitian ini.
2. Sebagian besar responden dalam penelitian ini kemungkinan berasal dari kelompok usia tertentu, seperti pelajar atau mahasiswa, sehingga belum sepenuhnya merepresentasikan seluruh segmen konsumen Kedai Gelis. Perbedaan usia, pekerjaan, dan tingkat pendapatan dapat memengaruhi penilaian konsumen terhadap kepuasan.
3. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner sehingga jawaban responden sangat bergantung pada persepsi subjektif masing-masing konsumen.

5.3. Implikasi

Saran yang dapat disampaikan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

5.3.1. Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh beberapa implikasi praktis yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Kedai Gelis Kebumen dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut :

1. Implikasi Praktis Variabel *Place*

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa 18 dari 30 responden menyebut aspek lokasi sebagai salah satu alasan kepuasan mereka. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *Place* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Kedai Gelis Kebumen perlu mempertahankan kemudahan akses, meningkatkan visibilitas lokasi, serta menjaga kenyamanan dan kerapian lingkungan kedai agar kepuasan pelanggan tetap terjaga.

2. Implikasi Praktis Variabel *People*

Variabel *People* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa pelayanan karyawan menjadi salah satu aspek yang diperhatikan pelanggan dalam memperoleh pengalaman berkunjung. Oleh karena itu, Kedai Gelis Kebumen perlu meningkatkan kompetensi karyawan, mempertahankan keramahan dan kesopanan, serta meningkatkan komunikasi agar pelayanan yang diberikan semakin responsif dan memuaskan.

3. Implikasi Praktis Variabel *Physical Evidence*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Physical Evidence* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kondisi

fisik kedai menjadi bagian yang dapat memberikan kesan langsung kepada pelanggan selama berkunjung. Oleh karena itu, Kedai Gelis Kebumen perlu menjaga kebersihan, kerapian tata ruang, kenyamanan tempat duduk, serta fasilitas pendukung agar suasana kedai semakin nyaman dan mampu meningkatkan pengalaman pelanggan.

4. Implikasi Praktis Variabel Kualitas Produk

Kualitas produk menjadi fenomena penting karena pelanggan tidak hanya mempertimbangkan pelayanan dan tempat, tetapi juga kualitas produk yang diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan memiliki koefisien regresi terbesar ($B = 0,308$). Oleh karena itu, Kedai Gelis Kebumen perlu memprioritaskan konsistensi rasa, kesegaran bahan baku, variasi menu, dan tampilan produk agar kualitas tetap sesuai dengan harapan pelanggan serta mendorong pembelian ulang.

5.3.2. Implikasi Teoritis

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Place berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini memperkuat teori bauran pemasaran jasa yang menyatakan bahwa lokasi yang strategis, mudah dijangkau, serta memberikan kenyamanan akan meningkatkan kepuasan

pelanggan. Selain itu, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Heva Okatiyanti dan Tigor Hutapea (2022) yang menyatakan bahwa *place* merupakan salah satu faktor yang berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Kopi Roemah Toea. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Ari, Nugroho, dan Lestari (2021) yang membuktikan bahwa variabel *place* dalam bauran pemasaran 7P berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa People berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini memperkuat teori pemasaran jasa yang menjelaskan bahwa kualitas sumber daya manusia, seperti kompetensi, keramahan, kesopanan, dan kemampuan berkomunikasi, memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Heva Okatiyanti dan Tigor Hutapea (2022) yang menyatakan bahwa *people* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga didukung oleh Kusuma dan Budiarti (2021) yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, serta penelitian Ari, Nugroho, dan Lestari (2021) yang menyatakan bahwa variabel *people* dalam

bauran pemasaran 7P berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Physical Evidence berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini memperkuat teori pemasaran jasa yang menyatakan bahwa bukti fisik, seperti kebersihan, kenyamanan, desain ruangan, dan fasilitas pendukung, mampu membentuk persepsi positif pelanggan sehingga meningkatkan kepuasan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Iswanto dkk. (2024) yang membuktikan bahwa *physical evidence* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada coffee shop. Selain itu, penelitian ini juga mendukung hasil penelitian Heva Okatiyanti dan Tigor Hutapea (2022) yang menunjukkan bahwa *physical evidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Kristian dan Terenggana (2025) yang menyatakan bahwa *physical evidence* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, serta penelitian Ari, Nugroho, dan Lestari (2021) yang membuktikan bahwa *physical evidence* merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini memperkuat teori yang menyatakan bahwa produk yang memiliki kualitas baik, cita rasa yang konsisten, serta mampu memenuhi harapan pelanggan akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kusuma dan Budiarti (2021) yang membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Coffee Shop Everytime Kota Malang. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Kristian dan Terenggana (2025) yang menunjukkan bahwa diferensiasi produk dan kualitas produk yang baik mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian Ari, Nugroho, dan Lestari (2021) juga membuktikan bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.