

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian kopi Janji Jiwa di kota Bekasi seperti yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dari nilai uji t yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,360 > 1,658$) dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh positif Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian
- 2) Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dari nilai uji t yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,314 > 1,658$) dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_2 diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh positif Kualitas Produk secara parsial terhadap Keputusan Pembelian
- 3) Variabel Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dari nilai uji t yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,118 > 1,658$) dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_3 diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh positif Citra Merek secara parsial terhadap Keputusan Pembelian
- 4) Variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Merek secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini dibuktikan karena nilai F_{hitung} sebesar 32,288 dengan F_{tabel} 2,68 maka diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat sig. $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan penelitian tersebut penulis memberikan beberapa saran diantaranya adalah sebagai berikut :

1.2.1 Bagi Perusahaan

- 1) Hasil kuesioner variabel Kualitas Pelayanan diperoleh skor terendah untuk indikator bukti fisik adalah Tempat parkir kedai Janji Jiwa luas dan aman yaitu 3,18. Pengunjung seringkali mengalami kesulitan dalam memarkir motor atau mobil mereka karena area parkir yang terlalu sempit. Untuk mengatasi permasalahan ini adalah dengan melakukan perluasan area parkir yang dapat memberikan lebih banyak tempat bagi pengunjung untuk memarkir kendaraan mereka secara nyaman dan meningkatkan layanan tukang parkir agar selalu tersedia pada jam-jam sibuk, sehingga memberikan rasa aman dan kenyamanan ekstra bagi para pelanggan dan mengadakan pelatihan/Training untuk karyawannya seperti Pelatihan Layanan Pelanggan, pelatihan keterampilan kerja & tim, pelatihan mengenai produk, pelatihan 5S (Senyum,salam, sapa, sopan dan santun). Dengan mengadakan pelatihan ini, Kopi Janji Jiwa dapat menciptakan tim yang terampil dan berkompeten,meningkatkan kualitas pelayanannya serta menciptakan lingkungan yang ramah bagi pelanggan.
- 2) Hasil kuesioner variabel Kualitas Produk diperoleh skor terendah untuk daya tahan adalah Produk kedai janji jiwa mempunyai daya tahan untuk dikonsumsi dalam waktu yang lama, yaitu sebesar 3,18. agar kedai janji jiwa dapat membuat produk kopi menjadi lebih tahan lama, beberapa saran dapat dipertimbangkan seperti pemilihan bahan berkualitas tinggi, pengemasan yang efisien, penyimpanan yang tepat, penggunaan metode pengawetan alami, penyajian dalam waktu singkat, inovasi pada resep dan formulasi, penyuluhan pada konsumen dan responsif terhadap umpan balik. Dengan cara ini, diharapkan konsumen akan puas dan kembali berkunjung untuk membeli produk kopi janji jiwa.

- 3) Hasil kuesioner variabel Citra Merek diperoleh skor terendah untuk indikator citra pembuat adalah Janji Jiwa merupakan perusahaan kedai kopi yang dikenal luas, yaitu sebesar 3,73. Agar kedai janji jiwa dikenal masyarakat luas, dapat dipertimbangkan beberapa strategi pemasaran seperti misalnya, melakukan promosi di tingkat lokal, ikut serta dalam kegiatan komunitas, atau aktif di media sosial untuk memperkenalkan produknya kepada lebih banyak orang. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan citra merek Janji Jiwa dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas dan bersaing efektif dengan kedai kopi lain di sekitarnya.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

- 1) Sampel dalam penelitian ini hanya 120 responden. Akan lebih baik lagi jika sampel yang diambil melibatkan lebih banyak pelanggan yang sebelumnya pernah melakukan pembelian di Janji Jiwa kota Bekasi, sehingga penelitian dapat digeneralisasikan dalam
- 2) lingkup yang lebih luas dan akan mendekati gambaran hasil yang lebih mendekati kondisi yang sebenarnya.
- 3) Jawaban kuesioner yang diisi responden tidak dapat diketahui oleh peneliti, hal ini bisa diantisipasi peneliti dengan cara mendampingi dan mengawasi responden dalam memilih jawaban agar responden fokus dalam menjawab pernyataan yang ada.
- 4) Peneliti selanjutnya sebaiknya meneliti café – café lainnya yang sejenis sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan sehingga sampel yang digunakan perlu diperluas cakupannya kedalam sampel yang lebih bervariasi. Hal tersebut dimaksudkan agar dapat diketahuinya berbagai pola perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, melainkan pada seluruh kalangan masyarakat yang lebih luas. Sehingga hasil penelitian yang diperoleh pun dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya.
- 5) Disarankan bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah atau menggunakan variabel – variabel independen lainnya yang potensial memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian pada Kedai Janji Jiwa di kota Bekasi sehingga menghasilkan penelitian yang akurat.
- 6) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan bisa menambahkan teori – teori yang lain, karena memberikan pandangan yang berbeda mengenai variabel yang mempengaruhi.

- 7) Untuk peneliti selanjutnya agar mengaplikasikan model penelitian pada responden dengan teknik sampling dan metode yang berbeda seperti teknik *probability sampling* dan metode survey atau yang lainnya untuk melihat perbedaan antara satu metode dengan metode yang lainnya.