

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang citra merek dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian pada Kopi Janji Jiwa, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra merek dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) diterima. Hasil mengindikasikan apabila citra merek terbentuk secara positif dan konsisten, konsumen akan lebih mudah mengambil keputusan pembelian dan cenderung menjadikan Janji Jiwa sebagai pilihan utama.
2. Kualitas pelayanan ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) diterima. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Janji Jiwa maka akan mampu menciptakan pengalaman positif bagi konsumen sehingga meningkatkan konsumen untuk melakukan Keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang telah diuraikan, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

5.2.1 Bagi pihak Manajemen Janji Jiwa

1. Melihat hasil skor terendah pada variable Citra Merek di Indikator kekuatan asosiasi merek terdapat skor terendah nya yaitu sebesar 3.6 pada indikator keunggulan Asosiasi Merek dengan pernyataan “Produk Kopi Janji Jiwa memiliki kualitas yang lebih unggul daripada merek lain.” Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap produk kopi Janji Jiwa masih belum kuat apabila dibandingkan dengan produk pesaing. Oleh karena itu disarankan kepada pihak Janji Jiwa Grand Galaxy City untung meningkatkan kekuatan asosiasi merek melalui penguatan kualitas produk, konsistensi rasa, serta komunikasi pemasaran yang menekankan keunggulan produk, sehingga citra merek dapat semakin kuat dan mampu bersaing secara kompetitif.

2. Terdapat dua skor yang sama rendahnya pada variable Kualitas Pelayanan di Indikator *Emphaty* (empati) dengan pernyataan “Pegawai Janji Jiwa peduli dengan kebutuhan konsumen” dan yang sama rendah nya pada Indikator *asurance* (Jaminan) dengan pernyataan “Saya merasa aman saat menerima pelayanan dari karyawan “ hal ini menunjukkan bahwa responden belu sepenuhnya merasa aman dan nyaman ketika berinteraksi atau menerima pelayanan dari karyawan. Oleh karena itu, disarankan kepada pihak Janji Jiwa Grand Galaxy City untuk meningkatkan kualitas pelayanan melalui peningkatan empati karyawan terhadap kebutuhan konsumen serta pemberian jaminan pelayanan yang lebih professional, ramah dan meyakinkan, sehigga konsumen dapat merasa aman dan nyaman serta percaya saat menerima pelayanan.

3. Melihat hasil skor terendah pada variabel Keputusan pembelian dengan pernyataan “saya membeli produk Janji Jiwa sesuai dengan kebutuhan saya” hal ini menunjukkan bahwa responden membeli berdasarkan kebutuhan sehingga pembelian bersifat rasional. Oleh karena itu, disarankan kepada pihak Janji Jiwa untuk terus menyesuaikan produk yag ditawarkan dengan kebutuhan konsumen, baik dari segi variasi menu, ukuran porsi, maupun harga, sehingga dapat meningkatkan relevansi produk dan mendorong Keputusan pembelian yang lebih tinggi.

5.2.2Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian memberikan wawasan yang mendalam dan menambah penegetahuan yang ada pada kopi janji jiwa. Peneliti selanjutnya sangat disarankan untuk memanfaatkan penelitian ini sebagai dasar dan mengembangkan penelitian lebih lanjut dengan memasukan variabel tambahan yang belum di pelajari sebelumnya. Dengan memperluas cakupan penelitian, peneliti dapat memberikan

perspektif yang lebih komprehensif dan mendalam, yang pada akhirnya akan meningkatkan pemahaman tentang citra merek kualitas pelayanan serta keputusan pembelian.