

Hal ini menunjukkan harga dan kualitas produk menjadi faktor penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian konsumen Tentang Kita Café. Tentang Kita Café perlu melakukan penambahan variasi produk baru secara berkala serta menciptakan pengalaman berkunjung yang menyenangkan melalui suasana café yang nyaman dan pelayanan ramah juga dapat memperkuat kebiasaan pelanggan untuk terus kembali membeli produk dan Tentang Kita Café perlu melakukan pendekatan yang lebih berorientasi pada pelanggan dengan menciptakan strategi pemasaran berkelanjutan seperti menawarkan program loyalitas seperti sistem poin atau diskon khusus untuk pelanggan yang melakukan pembelian berulang.

Penelitian ini sejalan dengan temuan dari Murningtyas (2024), yang menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Tentang Kita Cafe. Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Tentang Kita Cafe.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Tentang Kita Café Semarang)” dengan menggunakan 100 responden pengguna, didapatkan berbagai kesimpulan, yaitu:

1. Harga (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil pengujian nilai koefisien korelasi menunjukkan bahwa harga memiliki hubungan yang positif dan kuat dengan keputusan pembelian yang berarti semakin sesuai harga yang ditawarkan oleh Tentang Kita Cafe, semakin baik juga keputusan pembelian di Tentang Kita Cafe. Aspek yang perlu ditingkatkan antara lain yaitu daya saing harga dan penyempurnaan pada kesesuaian antara harga dengan produk yang diberikan.
2. Kualitas produk (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil pengujian nilai koefisien korelasi menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki hubungan yang positif dan kuat dengan keputusan pembelian yang berarti semakin baik kualitas produk yang dimiliki oleh Tentang Kita Cafe, semakin baik juga keputusan pembelian di Tentang Kita Cafe. Aspek

yang perlu ditingkatkan antara lain yaitu tampilan penyajian dan inovasi makanann yang ditawarkan.

3. Harga (X1) dan Kualitas produk (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil pengujian nilai koefisien korelasi menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk memiliki hubungan yang positif dan kuat dengan keputusan pembelian yang berarti semakin sesuai harga yang ditawarkan dan semakin baik kualitas produk yang dimiliki oleh Tentang Kita Cafe, semakin baik juga keputusan pembelian di Tentang Kita Cafe. Aspek yang perlu ditingkatkan antara lain yaitu tingkat kebiasaan konsumen dalam membeli produk dan keinginan untuk membeli produk kembali.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa hal yang dapat menjadi rekomendasi bagi perusahaan dalam meningkatkan harga dan kualitas produk agar lebih optimal dan efektif:

1. Harga dari Tentang Kita Café dinilai sudah baik oleh responden. Akan tetapi, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, yaitu daya saing harga dan penyempurnaan pada kesesuaian antara harga dengan produk yang diberikan. Untuk mengatasi hal tersebut Tentang Kita Café dapat melakukan analisis harga secara berkala terhadap menu yang ditawarkan oleh pesaingnya, sehingga dapat mengetahui harga yang ditetapkan saat ini terlalu tinggi atau masih kompetitif. Selain itu, Tentang Kita Café juga dapat melakukan riset pasar untuk

membandingkan harga dan kualitas produk dengan kompetitor agar dapat menentukan strategi harga tetap relevan.

2. Kualitas produk dari Tentang Kita Café dinilai sudah baik oleh responden. Akan tetapi, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, yaitu tampilan penyajian dan terhadap inovasi makanan. Untuk mengatasi hal tersebut Tentang Kita Café dapat mengadakan sesi uji coba penyajian bersama konsumen untuk mendapatkan respon langsung mengenai tampilan yang sesuai dengan mereka. Selain itu, Tentang Kita Café juga dapat melakukan beberapa kolaborasi dengan *food stylist* dan barista yang memiliki keterampilan artistik untuk memberikan ide segar dalam penataan makanan dan minuman. Terakhir, Tentang Kita Café perlu melakukan riset rutin terhadap tren kuliner terkini dan melakukan visualisasi inovasi menu baru melalui foto yang estetik melalui media sosial dengan deskripsi yang menarik agar meningkatkan minat konsumen terhadap menu baru.
3. Keputusan pembelian dari Tentang Kita Café dinilai sudah baik oleh responden. Akan tetapi, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, yaitu kebiasaan dalam membeli produk dan keinginan untuk membeli produk kembali. Untuk mengatasi hal tersebut Tentang Kita Café perlu melakukan penambahan variasi produk baru secara berkala serta menciptakan pengalaman berkunjung yang menyenangkan melalui suasana café yang nyaman dan pelayanan ramah juga dapat memperkuat kebiasaan pelanggan untuk terus kembali membeli produk. Selain itu, Tentang Kita Cafe perlu melakukan pendekatan yang lebih berorientasi pada pelanggan dengan menciptakan strategi pemasaran berkelanjutan seperti

menawarkan sistem poin atau diskon khusus untuk konsumen agar mereka semakin tertarik untuk melakukan pembelian.

4. Perlu dilakukan penelitian lanjutan yang dilakukan berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (Adjusted R Square) menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk hanya mampu menjelaskan sebesar 48,1%, sedangkan 51,9% lainnya dipengaruhi oleh faktor lainnya. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya sebaiknya mempertimbangkan variabel lainnya yang tidak digunakan pada penelitian ini. Dengan mengkaji lebih banyak faktor yang berpotensi mempengaruhi keputusan pembelian, hasil penelitian akan menjadi lebih menyeluruh dan dapat memberikan rekomendasi yang lebih akurat bagi perusahaan dalam merancang strategi pemasaran mereka.