

BAB IV

PENUTUP

Setelah melakukan pengolahan data dan analisis secara bertahap pada variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian, maka berikut merupakan kesimpulan dan saran yang diperoleh dari penelitian ini:

4.1 Kesimpulan

Hasil yang telah didapat dari 100 responden yang telah memberikan penilaian terhadap pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Folkafe: Coffe & Stories Semarang, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk (X1) pada Folkafe: Coffe & Stories Semarang mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk yang ditawarkan oleh Folkafe Semarang memiliki kualitas yang baik meskipun terdapat beberapa aspek dari indikator *freshness*, *presentation*, *well cooked*, dan *variety of food* yang harus lebih dipebaiki lagi. Semakin baik kualitas produk yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin tinggi dalam keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen pada Folkafe: *Coffee & Stories* Semarang.
2. Variabel kualitas pelayanan pada Folkafe Semarang mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun terdapat beberapa aspek dari indikator daya tanggap, jaminan, dan empati yang harus diperhatikan lagi. Seperti karyawan yang kurang sigap dan tanggap serta ramah dalam melayani konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang

diberikan oleh Folkafe Semarang maka akan semakin tinggi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

3. Varibael kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) dan keputusan pembelian (Y) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun terdapat indikator yang masih dibawah rata-rata yang harus di perbaiki oleh Folkafe Semarang. Semakin baik kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin tinggi dalam keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

4.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan Folkafe: *Coffe & Stories* Semarang dalam meningkatkan dan mempertahankan keputusan pembelian. Adapun saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk yang ditawarkan oleh Folkafe Semarang perlu dipertahankan dan ditingkatkan meskipun berdasarkan hasil rekapitulasi responden mengenai kualitas produk terdapat beberapa butir pernyataan yang berada di bawah rata-rata, (X1.2), (X1.7), (X1.8), (X1.9). Hal ini dapat dijadikan pertimbangan agar dapat melakukan pengembangan produk makanan agar lebih baik lagi. Mulai dari proses masak yang sudah sesuai dengan standarisasi dan ketepatan waktu dalam memasak agar makanan matang sempurna dan memiliki rasa yang tepat. Kemudian penyajian makanan dan minuman lebih diperhatikan komposisi estetikanya agar terlihat bersih dan menarik perhatian konsumen serta perbanyak referensi

inovasi produk. Hal ini tentu diusahakan agar dapat meningkatkan kualitas dari produk tersebut sehingga keputusan pembelian semakin tinggi.

2. Pada variabel kualitas pelayanan terdapat beberapa indikator kualitas pelayanan yang harus di perbaiki oleh perusahaan karena hasil rekapitulasi responden menunjukkan adanya 3 indikator yang dibawah rata-rata, seperti daya tanggap, jaminan dan empati. Folkafe Semarang perlu memperbaiki ketidaksesuaian beberapa hal tersebut seperti karyawan yang kurang sigap dan tanggap dalam melayani konsumen, kemudahan dalam hal pemesanan, karyawan yang kurang ramah. Untuk menanggapi masalah tersebut Folkafe Semarang perlu melakukan evaluasi dan pembinaan kepada karyawan agar selalu menjaga kualitas dari pelayanan perusahaan sehingga memiliki sikap kerja yang lebih baik lagi kepada konsumen. Sehingga karyawan dapat memperbaiki pelayanan seperti respon yang cepat, penanganan masalah yang baik dan memberikan tanggung jawab secara utuh yang sesuai dengan ketentuan dari perusahaan serta dapat ramah kepada konsumen.
3. Untuk meningkatkan keputusan pembelian Folkafe Semarang, selain memperbaiki kualitas produk dan kualitas pelayanan perusahaan juga harus mengikuti perkembangan yang terjadi di lingkungan masyarakat. Misalnya melakukan strategi marketing seperti *endorse influencer* yang ada di Semarang yang memiliki banyak followers, dan dapat juga membuat konten promosi yang *up to date* di *Tik Tok* mengenai kualitas makanan dan minuman serta pelayanan Folkafe Semarang karena kebanyakan para

mahasiswa dan remaja mencari referensi makanan melalui platform tersebut.

4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperbaiki keterbatasan dalam penelitian ini dan dapat meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, Karena masih terdapat 44,6% variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian di Folkafe Semarang seperti harga, *brand image*, E-WOM, lokasi, *store atmosfer* dan lain-lain. Dan peneliti selanjutnya dapat melibatkan sampel yang lebih refresentatif.