

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 responden berkaitan dengan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Kopi Benteng 2 Banyumanik, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Kopi Benteng 2 Banyumanik, dari 100 responden sebanyak 21% memberikan penilaian sangat baik untuk kualitas produk di Kopi Benteng 2 Banyumanik, dan 53% memberikan penilaian baik. Responden yang memberikan penilaian tersebut dapat dilihat dari kesesuaian rasa, variasi produk, penyajian kemasan, kehygienisan produk dan daya tahan produk yang diterima konsumen Kopi Benteng 2 Banyumanik. 26% dari jumlah responden memberikan penilaian cukup baik, dan tidak ada responden yang memberikan penilaian buruk dan sangat buruk terhadap kualitas produk Kopi Benteng 2 Banyumanik.
2. Kualitas pelayanan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Kopi Benteng 2 Banyumanik, memperoleh penilaian sangat baik dari konsumen sebesar 7% dan memperoleh penilaian baik sebesar 66%, yang artinya bahwa menurut konsumen Kopi Benteng 2 Banyumanik sudah memberikan pelayanan dengan baik dalam beberapa indikator seperti keramahan karyawan, ketepatan informasi dan ketelitian karyawan dalam

3. memberikan pelayanan kepada konsumen serta interaksi karyawan yang memuaskan konsumen. Responden lain memberikan penilaian cukup baik sebesar 27% dan tidak ada responden yang menilai buruk maupun sangat buruk mengenai kualitas pelayanan Kopi Benteng 2 Banyumanik, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kopi Benteng 2 Banyumanik sudah tergolong memuaskan.
4. Harga berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Kopi Benteng 2 Banyumanik, memperoleh penilaian harga yang sangat murah dari konsumen sebesar 24% dan memperoleh penilaian harga yang murah sebesar 51%. Responden lain memberikan penilaian cukup murah sebesar 25% dan tidak ada responden yang menilai harga mahal maupun sangat mahal. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan oleh Kopi Benteng 2 Banyumanik sudah tergolong murah dalam beberapa indikator seperti harga yang ditawarkan Kopi Benteng 2 Banyumanik, perbandingan harga dengan cafe lain Kopi Benteng 2 Banyumanik, kesesuaian kualitas dengan harga dan kesesuaian manfaat dengan harga.
5. Keputusan pembelian berdasarkan penelitian yang dilakukan di Kopi benteng 2 Banyumanik, memperoleh penilaian keputusan pembelian yang sangat tinggi sebesar 30%, konsumen yang memberikan penilaian mengenai keputusan pembelian yang tinggi sebesar 39% dan konsumen yang memberikan penilaian terhadap keputusan pembelian yang cukup tinggi adalah sebesar 30%. Responden lainnya memberikan penilaian terhadap keputusan pembelian yang rendah sebesar 1% dan tidak ada

responden yang memberikan penilaian yang sangat rendah terhadap keputusan pembelian, yang artinya masih terdapat konsumen memiliki keputusan pembelian rendah terhadap produk Kopi Benteng 2 Banyumanik.

6. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Kopi Benteng 2 Banyumanik berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui memiliki hubungan yang cukup kuat dan memiliki arah positif dan secara signifikan berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa ketika persepsi konsumen tentang kualitas produk baik maka tingkat keputusan pembelian juga akan semakin tinggi, dan sebaliknya. Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan terdapat kontribusi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 25,71%. Berdasarkan penelitian tersebut dapat diartikan bahwa apabila ingin meningkatkan keputusan pembelian produk Kopi Benteng 2 Banyumanik, maka harus memperhatikan bagaimana cara untuk memberikan kualitas produk yang baik kepada konsumen.
7. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Kopi Benteng 2 Banyumanik berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui memiliki hubungan yang cukup kuat dan memiliki arah positif dan secara signifikan berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa ketika persepsi konsumen tentang kualitas pelayanan yang baik maka tingkat keputusan

pembelian juga akan semakin tinggi, dan sebaliknya. Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan terdapat kontribusi pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebesar 24,4%. Berdasarkan penelitian tersebut dapat diartikan bahwa apabila ingin meningkatkan keputusan pembelian produk Kopi Benteng 2 Banyumanik, maka harus memperhatikan bagaimana cara untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen.

8. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen Kopi Benteng 2 Banyumanik berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui memiliki hubungan yang kuat dan memiliki arah positif dan secara signifikan berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa ketika persepsi konsumen tentang harga yang murah maka tingkat keputusan pembelian juga akan semakin tinggi, dan sebaliknya. Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan terdapat kontribusi pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebesar 41,8%. Berdasarkan penelitian tersebut dapat diartikan bahwa apabila ingin meningkatkan keputusan pembelian produk Kopi Benteng 2 Banyumanik, maka harus memperhatikan bagaimana cara untuk memberikan harga yang murah kepada konsumen Kopi Benteng 2 Banyumanik
9. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian Kopi Benteng 2 Banyumanik berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan memiliki nilai koefisien korelasi sebesar

0,710, dimana hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga memiliki hubungan yang kuat dan secara signifikan berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa ketika persepsi konsumen tentang kualitas produk yang baik, kualitas pelayanan memuaskan dan harga yang murah maka tingkat keputusan pembelian juga akan semakin tinggi, dan sebaliknya. Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan terdapat kontribusi pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen sebesar 50,5%. dan sisanya sebesar 49,5% diperoleh dari variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian. Berdasarkan penelitian tersebut dapat diartikan bahwa apabila ingin meningkatkan keputusan pembelian maka harus memperhatikan bagaimana cara untuk memberikan kualitas produk yang baik, kualitas pelayanan yang baik dan harga yang murah kepada konsumen.

#### **4.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian konsumen di Kopi Benteng 2 Banyumanik Semarang, yakni sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil yang sudah didapat, masih terdapat permasalahan mengenai kualitas produk yang ada Kopi Benteng 2 Banyumanik yang berimbas kepada keputusan pembelian. Oleh sebab itu apabila Kopi Benteng 2 Banyumanik ingin meningkatkan keputusan pembelian melalui

kualitas produk maka Kopi Benteng 2 Banyumanik harus memperbaiki kualitas produk agar mendapatkan keputusan pembelian yang tinggi. Permasalahan tersebut yaitu penyajian kemasan produk, dimana Kopi Benteng 2 Banyumanik dapat mengatasi hal ini dengan memberikan inovasi baru pada kemasan produk, seperti membuat kemasan yang lebih sederhana untuk dibawa kemana-mana. Kopi Benteng 2 Banyumanik juga harus meningkatkan ke higienisan pada produk, dimana hal tersebut dapat diatasi dengan mencuci dan membilas peralatan bukan dengan air bekas, menambahkan cairan pembersih serta menyaring kopi yang hendak disajikan secara bertahap agar tidak terdapat kotoran yang menempel pada kemasan maupun gelas yang digunakan.

2. Kualitas pelayanan juga mendapatkan penilaian negatif dalam beberapa sektor. Oleh sebab itu apabila Kopi Benteng 2 Banyumanik ingin meningkatkan keputusan pembelian, maka harus meningkatkan kualitas pelayanan. Penelitian ini mendapatkan setidaknya 3 indikator yang paling perlu untuk diperhatikan terkait kualitas pelayanan yang mendapat tanggapan negatif dari konsumen. Antara lain adalah kebersihan toilet, dimana toilet pada Kopi Benteng 2 Banyumanik tergolong tidak bersih, dimana hal tersebut harus diperhatikan yaitu agar pihak Kopi Benteng 2 Banyumanik dapat membersihkan toilet setiap hari, mengecat dinding tembok kamar mandi agar lebih nyaman dipandang serta menambahkan cairan pencuci tangan di dalam toilet. Masalah lain mengenai kualitas pelayanan yang harus diperhatikan Kopi Benteng 2 Banyumanik adalah

ketepatan waktu penyajian, yang dimana hal tersebut dapat diatasi jika pihak Kopi Benteng 2 Banyumanik mau menambakan karyawan agar pekerjaan karyawan lebih ringan sehingga pelanggan tidak merasa lama dalam menunggu penyajian pesanan. Indikator lainnya yang perlu ditingkatkan pihak Kopi Benteng 2 Banyumanik adalah kerapian karyawan, yang dimana hal tersebut dapat diatasi dengan memberikan baju maupun *dresscode* yang seragam sesama karyawan. Karyawan juga diharapkan memakai celana panjang dan menggunakan sepatu. agar terlihat lebih rapi. Dengan begitu konsumen akan merasa nyaman jika dilayani oleh karyawan yang rapi.

3. Variabel harga juga perlu diperhatikan dalam beberapa indikator. Oleh sebab itu apabila Kopi Benteng 2 Banyumanik ingin meningkatkan keputusan pembelian, maka harus menawarkan harga yang bisa dijangkau konsumen. Penelitian ini mendapatkan setidaknya 2 indikator yang paling perlu untuk diperhatikan terkait harga yang mendapat tanggapan negatif dari konsumen. Antara lain adalah perbandingan harga dengan cafe lain, dimana masih ada konsumen yang menilai harga di Kopi Benteng 2 Banyumanik masih lebih tinggi dibandingkan cafe lain. Hal tersebut dapat diatasi jika pihak Kopi Benteng 2 Banyumanik mau menurunkan harga pada produk yang ditawarkan agar keputusan pembelian konsumen semakin tinggi. Agar pihak Kopi Benteng 2 Banyumanik tidak merasa rugi ketika menurunkan harga maka bisa juga diiringi dengan mengurangi porsi kopi yang disajikan. Indikator lain yang perlu diperhatikan adalah

kesesuaian kualitas produk dengan harga. Agar harga sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan, pihak Kopi Benteng 2 Banyumanik harus lebih meningkatkan rasa agar lebih nikmat dikonsumsi pelanggan yaitu dengan menyajikan kopi yang lebih kental dan rasa yang lebih tajam. Biji kopi yang disajikan haruslah merupakan biji kopi dengan kualitas yang baik dan bukan menggunakan kopi *sachet*.

4. Peneliti sangat menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan dilihat dari sisi responden, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa sedangkan konsumen Kopi Benteng 2 Banyumanik memiliki latar belakang, pekerjaan, dan status yang berbeda-beda, meskipun memang sebagian besar yang melakukan transaksi pada Kopi Benteng 2 Banyumanik adalah mahasiswa. Dengan demikian semoga keterbatasan ataupun kekurangan ini nantinya dapat menjadi saran bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas wilayah penelitian, sehingga responden yang didapat nantinya diharapkan dapat mewakili konsumen Kopi Benteng 2 Banyumanik. Kemudian, faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian masih banyak tidak hanya kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. Oleh sebab itu peneliti selanjutnya apabila ingin melakukan penelitian yang berkaitan dengan keputusan pembelian, diharapkan dapat melihat penyebab permasalahan yang lain selain kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. Untuk itu selanjutnya disarankan peneliti yang akan datang untuk meneliti faktor lokasi dan promosi, dengan demikian nantinya penelitian tersebut dapat diketahui seberapa



besar faktor lokasi dan promosi tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian.