**BAB V**

**KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

* 1. **Kesimpulan**

Berdasarkan uraian-uraian teori, hasil penelitian dan pengujian analisis regresi yang dilaksanakan mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada roti Ciwawa *Bakery* di Kota Bandung, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk pada Ciwawa *Bakery* berada pada kategori agak tinggi.Hal ini dapat dilihat dari indikator kualitas produk yang paling tinggi hingga yang terendah. *Feature*  merupakan indikator kualitas produk yang memiliki nilai tertinggi. Sedangkan indikator *durability* dan *perceived quality* merupakan indikator kualitas produk yang memiliki nilai paling rendah.
2. Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen Ciwawa *Bakery* di Kota Bandung berada pada kategori agak tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian yang dilakukan konsumen Ciwawa *Bakery* di Kota Bandung sudah baik. Hal ini dapat dilihat dari indikator keputusan pembelian yang paling tingi hingga indikator yang terendah. Adapun indikator paling tinggi dari keptususan pembelian adalah indikator *timming*. sedangkan indikator paling rendah adalah indikator keputusan pembelian berdasarkan pemilihan produk.
3. Kualitas produk yang dilakukan Ciwawa *Bakery* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. ini berarti bahwa semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen.
	1. **Rekomendasi**

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Ciwawa *Bakery* di Kota Bandung yaitu:

1. Ciwawa *Bakery* harus lebih memperhatikan atau memaksimalkan penetapan dari *durability,* karena berdasarkan hasil penelitian mengenai kualitas produk indikator tersebut merupakan skor terkecil. Indikator yang belum optimal ini, perlu mendapat perhatian dari Ciwawa *Bakery* sehingga hal ini dapat lebih mempengaruhi konsumen yang berujung pada keputusan pembelian.

Solusinya adalah diharapkan bahwa Ciwawa *Bakery* bisa menciptakan produk roti yang baik yang dapat bekerja hingga memuaskan konsumen.

1. Ciwawa *Bakery* harus lebih memperhatikan atau memaksimalkan penetapan dari *perceived quality,* karena berdasarkan hasil penelitian mengenai kualitas produk indikator tersebut merupakan skor terkecil. Indikator yang belum optimal ini, perlu mendapat perhatian dari Ciwawa *Bakery* sehingga hal ini dapat lebih mempengaruhi konsumen yang berujung pada keputusan pembelian. Menurut Fandy Tjiptono *perceived quality* yaitu Merupakan persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keungulan suatu produk sebagaimana yang diharapkan oleh konsumen. Mengutip dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa indikator *perceived quality* yang belum optimal ini, perlu mendapat perhatian dari Ciwawa *Bakery* sehingga hal ini dapat lebih mempengaruhi konsumen yang berujung pada keputusan pembelian.
2. Ciwawa *Bakery* harus lebih memperhatikan atau memaksimalkan penetapan dari *product choice,* karena berdasarkan hasil penelitian mengenai kualitas produk indikator tersebut merupakan skor terkecil. Menurut Kotler setiap konsumen memiliki keinginan untuk membeli beragam macam produk. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui produk apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen. Mengutip dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa indikator *product choice* yang belum optimal ini, perlu mendapat perhatian dari Ciwawa *Bakery*. Sehingga hal ini dapat lebih mempengaruhi konsumen yang berujung pada keputusan pembelian.