

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan uraian teori dan yang telah dilaksanakan menggunakan teknik analisis deskriptif, verifikatif, korelasi sederhana dan regresi linear sederhana mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada pelanggan toko kue La Sadie Bake dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian mengenai Kualitas Produk pada toko kue La Sadie Bake menunjukkan bahwa dimensi dengan ketercapaian tertinggi yaitu *innovation food* karena La Sadie Bake selalu menerapkan ide-ide baru dan kreatif terhadap produk yang ada, mencakup teknik pembuatan, desain produk, ataupun konsep penyajian. Tetapi, dimensi *taste* berada pada posisi terakhir atau rendah karena sebagian besar pelanggan lebih dahulu memilih produk berdasarkan tampilan dan bukan rasa yang ditawarkan. Berdasarkan hal tersebut, kualitas produk sebuah *cake* tidak hanya ditentukan oleh rasa semata, tetapi juga oleh tampilan sangat berpengaruh. Estetika merupakan faktor penunjang yang paling tinggi dalam menilai kualitas sebuah *cake* di La Sadie Bake, karena dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai dan daya tarik produk.
2. Hasil penelitian mengenai Keputusan Pembelian pada toko kue La Sadie Bake menunjukkan bahwa dimensi dengan ketercapaian tertinggi yaitu *purchase timing* karena La Sadie Bake telah memenuhi konsep yang ada dengan penyediaan layanan pemesanan tanpa batas waktu, diskon dan penawaran *event* tahunan yang menarik. Tetapi, dimensi *product choice* berada pada posisi terakhir atau rendah karena informasi produk yang tidak ditampilkan secara jelas di awal membuat pelanggan bertanya-tanya. Berdasarkan hal tersebut, fleksibilitas waktu dalam transaksi memungkinkan konsumen untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan mendadak tanpa harus menunggu waktu tertentu, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan kemungkinan retensi pelanggan. Dengan demikian, strategi bisnis La Sadie Bake memberikan

keunggulan kompetitif dalam menarik dan mempertahankan pelanggan di pasar yang kompetitif seperti industri kuliner pada bidang patiseri.

3. Kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pelanggan toko kue La Sadie Bake. Maka dapat dikatakan bahwa pelanggan yang melakukan keputusan pembelian karena peran dari kualitas produk yang dimiliki oleh toko kue La Sadie Bake.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan rekomendasi atau saran beberapa hal mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebagai berikut:

1. Bagi La Sadie Bake, penulis merekomendasikan untuk mengembangkan informasi produk dengan jelas dimulai dari rasa dan komponen (*condiment*) yang terkandung didalam produk kue tersebut agar lebih memudahkan pelanggan pada gambar dimenu, karena tidak semua pelanggan mau membaca informasi yang ada pada *caption*. Kemudian, meningkatkan kualitas rasa produk yaitu dengan meningkatkan konsistensi rasa pada produk dan mencoba untuk terus mengeksplor berbagai macam rasa baru pada produk-produk yang akan datang nanti. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara mengevaluasi dan mendengarkan kritik serta saran dari pelanggan untuk memahami apa yang mereka harapkan untuk kedepannya.
2. Bagi perusahaan serupa, penulis merekomendasikan untuk lebih memperhatikan segala aspek yang berkaitan dengan kualitas dan pelayanan untuk mempertahankan upaya-upaya dalam membentuk suatu kualitas produk dan keputusan pembelian secara bersamaan karena akan lebih optimal jika kedua hal ini dilaksanakan secara bersamaan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penulis juga menyarankan untuk menggunakan referensi dan sumber terbaru terkait konsep, teori, maupun faktor-faktor pembentuk kualitas produk dan keputusan pembelian dengan menggunakan item pernyataan yang lebih mudah dipahami agar lebih mudah terukur oleh responden. Kelemahan yang ada pada penelitian ini yaitu faktor-faktor yang

digunakan belum sepenuhnya mewakili variabel yang telah diteliti, yakni kualitas produk dan keputusan pembelian. Kemudian, dari hasil pengisian kuesioner juga terdapat beberapa responden yang memberikan jawaban pada skala yang sama, hal tersebut dapat diasumsikan karena responden yang memiliki berbagai kesibukan sehingga mereka memilih jalan pintas dengan menjawab pernyataan menggunakan angka yang sama.