

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dan berdasarkan kepada uraian teori-teori dan pengujian analisis korelasi dan analisis jalur mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Che.Co Café and Resto dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai penerapan kualitas produk yang dilaksanakan di Che.Co Café and Resto, setengahnya responden menilai cukup baik. Hal tersebut merupakan penilaian responden yang diukur berdasarkan dimensi-dimensi yang dimiliki kualitas produk yang terdiri dari *performances, durability, conformance to specifications, features, reliability, aesthetics, perceived quality, dan serviceability*. Kinerja kualitas produk yang memiliki nilai tertinggi yaitu pada dimensi *features*. Adapun kinerja terendah yaitu terdapat pada *serviceability*.
2. Gambaran mengenai penerapan harga yang dilaksanakan di Che.Co Café and Resto, sebagian responden menilai cukup terjangkau. Hal tersebut merupakan penilaian responden yang diukur berdasarkan poin-poin yang dimiliki harga. Kinerja harga yang memiliki nilai tertinggi yaitu pada item pernyataan mengenai kesesuaian harga terhadap kualitas produk yang dirasakan. Adapun kinerja terendah yaitu pada item pernyataan mengenai harga produk lebih murah dibandingkan dengan resto lain.
3. Gambaran dari keputusan pembelian yang diukur berdasarkan dimensi *product choice, brand choice, dealer choice, purchase timing, purchase amount dan payment method*. Berdasarkan penilaian responden menilai cukup tinggi, dimensi yang memiliki penilaian paling tinggi ditunjukkan oleh dimensi *payment*

method mengenai kemudahan dalam pembayaran produk, dimana konsumen merasakan kemudahan dalam pembayaran sehingga mereka melakukan pembelian. Sedangkan untuk dimensi dengan penilaian paling rendah ditunjukkan oleh dimensi *dealer choice*. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen kurang begitu tertarik dalam hal pengiriman akan oleh Che.Co Café and Resto, seharusnya pihak resto meningkatkan kembali mengenai penanganan sistem *delivery services* sehingga konsumen lebih tertarik untuk membeli produk dari Che.Co Café and Resto.

4. Gambar dan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembeli an berdasarkan hasil penilaian responden menunjukkan adanya berpengaruh yang cukup tinggi. Kinerja dari kualitas produk dan harga yang diterapkan di Che.Co Café and Resto mampu meningkatkan keputusan pembelian pada produk yang dijual.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis menyarankan beberapa hal mengenai kinerja kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sebagai berikut:

1. Penerapan kualitas produk yang telah dilakukan oleh Che.Co Café and Resto secara menyeluruh memiliki pengaruh yang signifikan setengahnya dari responden menyatakan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, namun ada beberapa hal yang harus diperbaiki terkait dengan dimensi kualitas produk karena belum berjalan dengan baik. Terutama untuk dimensi *serviceability* harus ditingkatkan kembali kecepatan dan ketepatan dalam pemenuhan kebutuhan konsumen Che.Co Café and Resto.
2. Harga yang diterapkan oleh Che.Co Café and Resto secara menyeluruh memiliki pengaruh yang signifikan dan sebagian besar responden menyatakan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, namun ada beberapa hal yang perlu diperbaiki terkait dengan harga produk dibandingkan dengan resto lain

Elin Sulantari, 2016

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CHE.CO CAFÉ AND RESTO JATINANGOR

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

sehinggadapatmemberikanpertimbanganhargauntukmelakukankeputusan pembelian. Apabilahargaditerapkansecara optimal olehChe.Co Café and Resto, makahaltersebutdapatmempengaruhiminatmembelibagikonsumen.

3. Beberapaupaya telahdilakukanolehChe.Co Café and Restodalamrangkameningkatkankeputusanpembelian.

Secarakeseluruhankeputusanpembelianproduk di Che.Co Café and Restosudahcukupbaik, namunperluditingkatkan agar konsumentetapmemilihChe.Co Café and Restosebagai restopilihan. Adapun saran bagikecepatanpengirimanmakanan yang menjadinilaiterendahdalam penelitianini agar diperbaikidanlebihditingkatkanlagikecepatannyadalampengirimanmakanan sehinggakonsumenbanyak yang tertarikdengansistem*delivery service* yang menjadibagiandarirestotersebut.

4. Hasilpenelitian yang telahdilakukanmemberikansuatu kebenaranbahwasannyakinerjakualitas produkdanharga yang diterapkanolehChe.Co Café and Restomampumeningkatkankeputusanpembelianpadaproduk yang dijual. Dengandemikianpenulismenyarankan agar pihakrestotetapmenjaga, mempertahankan, mengawasidanmeningkatkan kembalikeputusanpembelianmelaluipelaksanaanpenerapan kualitasprodukdanhargadenganberisikan program yang menarikdandapatmengajakkonsumenuntukmelakukanpembelianproduk di Che.Co Café and Resto.