

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan penulis dalam penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk CV. Puri Lestari Catering Bandung di nilai cukup baik,. Adapun dari lima dimensi yang dijelaskan, dimensi daya tahan (*durability*) mempunyai nilai paling tinggi, sedangkan yang mempunyai nilai paling rendah adalah dimensi kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*). Kualitas pelayanan CV. Puri Lestari Catering Bandung cukup baik, hal tersebut telah dibuktikan melalui pengolahan data dari kualitas pelayanan. Adapun dari lima dimensi yang dijelaskan, dimensi cepat tanggap (*responsiveness*) mempunyai nilai paling tinggi, sedangkan yang mempunyai nilai paling rendah adalah dimensi keandalan (*reliability*). Keputusan pembelian CV. Puri Lestari Catering Bandung cukup baik, hal tersebut telah dibuktikan melalui pengolahan data dari keputusan pembelian. Adapun dari lima dimensi yang dijelaskan, dimensi pilihan penyalur mempunyai nilai paling tinggi, sedangkan yang mempunyai nilai paling rendah adalah dimensi pilihan produk.
2. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan kategori kuat. Berdasarkan hasil temuan, penulis memperkuat teori dari Sutisna (2003, hlm.26) bahwa pemahaman perilaku konsumen tentang kualitas produk dapat dijadikan dasar terhadap proses keputusan pembelian konsumen. Salah satu tujuan dari pelaksanaan kualitas produk adalah untuk mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihanya untuk menggunakan produk buaatannya sehingga memudahkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan kategori kuat. Berdasarkan hasil temuan, penulis juga memperkuat teori dari

Tjiptono (2007, hlm.260) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut akan memenuhi keinginan pelanggan. Pemenuhan keinginan pelanggan pasti terdapat realita layanan yang diberikan oleh produsen. Jika layanan yang diberikan perusahaan lebih rendah dari harapan atau keinginan layanan oleh konsumen, maka konsumen akan menggunakan pelayanan lain di perusahaan yang sejenis. Kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan kebutuhan maupun keinginan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian

4. Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan kategori kuat. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Yim, Anderson dan Swaminathan (2005, hlm.267) dengan judul penelitian "*Customer relationship management: its dimensions and effect on customer outcomes*", menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen

5.2 Saran

Adapun saran-saran dalam penelitian Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian adalah sebagai berikut:

1. Untuk dimensi spesifikasi (*conformance to specification*) item kesesuaian antara gambar makanan di menu dengan aslinya, perusahaan harus *update* menu-menu untuk disesuaikan dengan gambar yang ada di brosur-brosur promosi dan menyesuaikan gambar dengan aslinya sehingga konsumen lebih percaya.
2. Untuk dimensi keandalan (*reliability*) item kecepatan karyawan dalam memberikan pelayanan, perusahaan harus memberikan pelatihan-pelatihan secara berkala dalam rangka meningkatkan kemampuan dan keahlian karyawan sehingga dapat memberikan kecepatan dalam melayani konsumen.

3. Untuk dimensi pilihan produk item kesesuaian produk dengan keinginan konsumen, perusahaan harus secara berkala baik melalui survei ataupun wawancara langsung menanyakan keinginan konsumen berkaitan dengan makanan yang disediakan oleh CV. Puri Lestari Catering Bandung, dengan demikian perusahaan dapat mengetahui keinginan-keinginan konsumen.