

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan berdasarkan pembahasan dan analisis, maka selanjutnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil dari penelitian ini H_1 yang menyatakan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian yang mana ditunjukkan dengan hasil t-hitung sebesar $4,077 > 1.66256$ t-tabel dengan nilai signifikan $0,060 < 0,05$. Maka dari itu promosi sangatlah berpengaruh bagi keputusan pembelian, karena promosi adalah suatu hal yang sangat penting bagi customer, apabila tidak adanya promosi berdampak pada penjualan. Oleh karena itu promosi yang sesuai secara otomatis akan menghasilkan customer menjadi loyal.
2. Berdasarkan hasil dari penelitian ini H_2 yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang mana ditunjukkan dengan hasil t-hitung sebesar $3,648 > 1.66256$ t-tabel dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$. Maka dari itu harga sangatlah penting dalam suatu penjualan. Harga merupakan suatu hal sensitif dan sangat menentukan customer untuk membeli atau tidak. Oleh karena itu jika harga yang ditawarkan dirasa tidak sesuai pastinya customer akan gagal membeli.
3. Berdasarkan hasil dari penelitian ini H_3 yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang mana ditunjukkan dengan hasil t-hitung sebesar $5,320 > 1.66256$ t-tabel dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$. Maka dari itu inovasi produk sangatlah penting dalam suatu penjualan. Inovasi Produk merupakan hal baru yang menjadi daya tarik untuk memikat customer. Oleh karena itu jika inovasi produk yang kurang menarik atau terlihat biasa, customer pun tidak akan melirik.

4. Dari hasil uji f_{H_3} yang menyatakan bahwa Promosi, Harga, dan Inovasi Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Jilid 389, yang mana uji f menunjukkan f -hitung $45,439 > 2,71$ f -tabel dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$. Hal ini juga menunjukkan bahwa promosi yang sesuai secara otomatis akan menghasilkan customer yang loyal. Harga menentukan customer untuk membeli atau tidak. Sehingga jika harga yang ditawarkan tidak sesuai maka penjualan akan menurun. Serta inovasi produk yang menjadi tampilan baru janji jiwa dalam mempertahankan bisnis ini, jika tidak ada inovasi baru maka akan timbul rasa bosan dan menjadikan kopi janji jiwa menjadi tidak eksis lagi. Kemudian hal ini pastinya akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa masukan yang bermanfaat untuk Kopi Janji Jiwa Jilid 389 dalam menjalankan bisnis ini dari segi Promosi, Harga, dan Inovasi Produk terhadap keputusan pembelian dimasa yang akan datang yakni sebagai berikut :

1. Bagi Instansi
 - a. Untuk Promosi menurut saran penulis sesuai dengan fenomena harus diadakannya promosi, maka perbanyaklah promosi dalam bentuk apapun, untuk saat ini kopi janji jiwa melakukan promosi jika pembayaran melalui shopee *pay* akan mendapatkan *cashback* 30%, menurut saran penulis kopi janji jiwa sebaiknya mengadakan promosi jenis lain seperti *buy 1 get 1* atau *buy 2 get 3*, guna menarik pelanggan.
 - b. Untuk Harga menurut saran penulis sesuai dengan fenomena harga sangat menentukan customer membeli atau tidak karna soal harga merupakan hal yang sensitif sebaiknya kopi janji jiwa terus menggunakan harga yang standar agar customer tidak merasa

kemahalan jika membeli kopi janji jiwa, mengingat saat ini sudah menjamurnya kedai kopi yang serupa.

- c. Untuk Inovasi Produk menurut saran penulis sesuai dengan fenomena sebuah kebosanan akan muncul jika tidak ada terobosan baru sehingga akan membuat konsumen berpindah ke kedai kopi lain. Maka perlu adanya perubahan dalam beberapa bulan, untuk menghindari hal tersebut.
- d. Untuk Keputusan Pembelian menurut saran penulis sesuai dari berbagai fenomena yang sudah penulis teliti, dapat disimpulkan bahwa Inovasi Produk dipengaruhi oleh fenomena promosi dan harga. dari setiap masing-masing fenomena yang terdapat pada

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan mampu memberikan masukan, pengetahuan dan pemahaman mengenai Promosi, Harga, dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Janji Jiwa Jilid 389.