

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan terhadap kualitas produk sebagai variable X1, Harga sebagai variable X2, Keputusan Pembelian sebagai variable Y1 dan Kepuasan Pelanggan sebagai variable Y2 produk Kopi Nako Bekasi, sehingga peneliti menarik ringkasan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Kopi Nako cabang Bekasi.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Nako cabang Bekasi.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kopi Nako cabang Bekasi.
4. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Nako cabang Bekasi.
5. Keputusan Pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Nako cabang Bekasi.
6. Kualitas Produk memiliki pengaruh memediasi Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Kopi Nako cabang Bekasi.
7. Harga memiliki pengaruh memediasi Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Kopi Nako cabang Bekasi.

5.2 Saran

Secara penuh peneliti sadar bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, maka dengan itu peneliti memberikan beberapa saran atas ketidak sempurnaan penelitian ini, peneliti mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi beberapa pihak terkait, diantaranya

a. Bagi Pihak Kopi Nako Bekasi

- a) Pada penelitian ini kualitas produk memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berperan penting dalam menentukan keputusan pembelian. Oleh karena itu, pihak manajemen Kopi Nako cabang Bekasi harus terus meningkatkan kualitas produk Kopi Nako untuk memenuhi harapan dan kepuasan konsumen. Hal ini dapat dicapai dengan beberapa hal diantaranya adalah rasa dan aroma kopi harus konsisten dan berkualitas tinggi, yang bisa dicapai dengan menggunakan biji kopi berkualitas dan teknik penyeduhan yang tepat. Kebersihan tempat dan cara penyajian kopi juga mempengaruhi persepsi kualitas, sehingga area penyajian harus selalu bersih dan kopi disajikan dengan cara yang menarik. Inovasi produk juga dapat menarik minat pelanggan, misalnya dengan memperkenalkan rasa baru atau metode penyeduhan yang unik.
- b) Harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Maka untuk meningkatkan Keputusan Pembelian melalui Harga., pihak manajemen harus memastikan bahwa harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas produk yang diberikan. Pelanggan

akan merasa lebih puas jika mereka merasa mendapatkan nilai yang sepadan dengan uang yang mereka keluarkan.

- c) Mempertimbangkan hubungan antara kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan, dan keputusan pembelian. Dalam hal ini, manajemen harus tetap memperhatikan kualitas produk yang baik, kepuasan yang pelanggan dapatkan saat mereka mau mengeluarkan uang mereka saat memutuskan untuk membeli produk Kopi Nako cabang Bekasi.

b. Bagi Akademisi

- a) Pengembangan Penelitian Lebih Lanjut.

Akademisi dapat mengembangkan penelitian ini dengan memperluas variabel yang diteliti, seperti menambahkan faktor lain yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan, seperti promosi atau lokasi kafe.

- b) Studi Komparatif.

Melakukan studi komparatif antara beberapa kafe di daerah yang berbeda untuk melihat apakah hasil penelitian ini konsisten di berbagai lokasi. Hal ini dapat memberikan wawasan lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan di berbagai konteks.

- c) Metodologi yang Beragam.

Menggunakan metodologi penelitian yang berbeda, seperti metode kualitatif, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang persepsi pelanggan terhadap kualitas produk dan harga.