

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan di bawah ini:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Kaizen Heritage Bekasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis 1 diterima.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Kaizen Heritage Bekasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis 2 diterima.
3. Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara keseluruhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di kaizen heritage Bekasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis 3 diterima.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian ini ada beberapa keterbatasan ypenelitian yaitu:

1. Penelitian ini hanya meneliti kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian perlu digali variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, misalnya persepsi harga, kepercayaan merek, citra produk dan promosi.

2. Waktu penelitian yang terbatas untuk penelitian ini mungkin tidak cukup untuk menggali lebih dalam atau mencakup semua variabel yang mungkin mempengaruhi penelitian.
3. Penelitian ini hanya memfokuskan pada objek penelitian yang hanya meneliti satu *coffee shop* sebagai objek penelitian yaitu Kaizen Heritage Bekasi, akan lebih baik jika penelitian selanjutnya dapat meneliti pada keseluruhan *coffee shop* yang ada di Kota Bekasi.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil simpulan penelitian yang dilakukan ada beberapa saran terkait dengan penelitian ini antara lain:

1. Bagi Badan Usaha

Ada beberapa saran mengenai pelayanan yaitu : dapat meningkatkan pelatihan bagi karyawan untuk terus memberikan pelayanan yang ramah, responsif dan memastikan kenyamanan pelanggan selama berkunjung ke Kaizen Heritage Bekasi. Beberapa saran mengenai produk yaitu : dapat menjaga konsistensi kualitas produk, terus konsisten dalam kebersihan serta keamanan makanan tetap terjaga dan dapat melakukan survei rutin untuk mendapatkan *feedback* konsumen terkait pelayanan dan produknya.

2. Untuk peneliti selanjutnya

Penelitian berikutnya disarankan untuk lebih mendalami dan mengembangkan teori atau menambahkan berbagai variabel yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Peneliti di masa mendatang diharapkan menggunakan jumlah sampel yang lebih besar untuk meningkatkan keberagaman responden.

