

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel yang diuji dalam penelitian ini, yaitu kualitas produk (X1), harga (X2), dan minat beli (Y1), secara keseluruhan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y2) di *Coffee Shop The Connecting Dots*. Berikut adalah kesimpulan utama berdasarkan hipotesis yang diuji:

1. Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y1). Semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan, semakin tinggi pula minat beli pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk memainkan peran yang sangat penting dalam menarik minat pelanggan untuk membeli produk.
2. Harga (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y1). Penetapan harga yang tepat dan kompetitif terbukti dapat meningkatkan minat beli pelanggan. Artinya, harga yang sesuai dengan kualitas produk dapat memengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli.
3. Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y2), baik secara langsung maupun melalui minat beli. Hal ini menegaskan bahwa kualitas produk yang tinggi mempengaruhi

keputusan pembelian pelanggan, karena mereka lebih cenderung membeli produk yang mereka anggap berkualitas.

4. Harga (X2) tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y2), meskipun harga memiliki pengaruh terhadap minat beli. Ini menunjukkan bahwa harga saja tidak cukup untuk mempengaruhi keputusan pembelian, dan faktor lain seperti kualitas produk atau minat beli lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan pelanggan.
5. Minat Beli (Y1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y2). Hasil ini menunjukkan bahwa minat beli merupakan faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan.
6. Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y2) melalui Minat Beli (Y1) sebagai variabel intervening. Ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga yang kompetitif mempengaruhi keputusan pembelian melalui peningkatan minat beli pelanggan.
7. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa kualitas produk dan harga memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk keputusan pembelian pelanggan. Minat beli berperan sebagai mediator yang memperkuat hubungan antara kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan-temuan yang diperoleh dalam penelitian ini, berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan kepada berbagai pihak yang relevan:

1. Saran untuk Akademisi

Bagi akademisi, penelitian ini memberikan wawasan yang mendalam mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan minat beli terhadap keputusan pembelian dalam konteks bisnis makanan dan minuman, khususnya di industri kafe. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian lebih lanjut yang menggali lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Beberapa saran untuk akademisi adalah:

a. Perluasan Variabel Penelitian

Peneliti selanjutnya dapat memperluas variabel yang diuji, seperti persepsi merek, pelayanan pelanggan, atau faktor sosial yang mungkin juga memengaruhi keputusan pembelian. Hal ini akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di industri kafe.

b. Pendekatan Multilayer

Peneliti dapat menggunakan pendekatan penelitian yang lebih kompleks, misalnya dengan menggunakan model struktural yang lebih terperinci untuk menganalisis pengaruh berbagai faktor dalam konteks yang lebih luas, atau dengan pendekatan longitudinal untuk melihat perubahan perilaku konsumen dalam jangka panjang.

c. Penelitian Lintas Industri

Akademisi juga dapat melakukan penelitian lintas industri dengan membandingkan sektor makanan dan minuman dengan industri lainnya, guna melihat apakah pengaruh variabel-variabel tersebut tetap konsisten atau berbeda dalam konteks yang berbeda.

2. Saran untuk Pemilik Kafe

Bagi pemilik kafe, hasil penelitian ini memberikan beberapa panduan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen dan memperkuat posisi mereka di pasar. Saran untuk pemilik kafe adalah:

a. Fokus pada Kualitas Produk

Berdasarkan temuan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli dan keputusan pembelian, pemilik kafe disarankan untuk selalu menjaga dan meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan. Pelanggan lebih cenderung membeli produk yang mereka anggap berkualitas tinggi, sehingga memastikan konsistensi dan inovasi dalam produk sangat penting untuk menjaga loyalitas pelanggan.

b. Penetapan Harga yang Tepat

Meskipun harga tidak berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian, harga yang kompetitif dapat meningkatkan minat beli. Oleh karena itu, pemilik kafe disarankan untuk melakukan riset pasar dan menyesuaikan harga produk dengan daya beli pelanggan serta nilai yang ditawarkan. Promosi atau diskon dapat menjadi strategi

yang efektif untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan yang lama.

c. Meningkatkan Pengalaman Pelanggan

Mengingat pentingnya minat beli dalam mempengaruhi keputusan pembelian, pemilik kafe harus fokus pada peningkatan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Ini bisa mencakup peningkatan layanan pelanggan, menciptakan suasana kafe yang nyaman, atau menyelenggarakan event khusus yang dapat meningkatkan engagement pelanggan dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian.

d. Strategi Pemasaran yang Efektif

Pemilik kafe disarankan untuk memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk mempromosikan kualitas produk dan harga yang kompetitif. Penggunaan gambar dan video yang menarik serta testimoni pelanggan dapat memperkuat citra merek dan menarik lebih banyak pelanggan untuk mengunjungi kafe.

3. Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memberikan dasar yang kuat untuk penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan minat beli terhadap keputusan pembelian, khususnya dalam industri kafe. Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan beberapa saran berikut:

a. Eksplorasi Faktor Lain yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Peneliti selanjutnya dapat meneliti faktor-faktor lain yang mungkin juga memengaruhi keputusan pembelian, seperti faktor sosial, demografi pelanggan, atau faktor emosional dalam pengambilan keputusan. Faktor-faktor ini bisa memberikan pandangan yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumen.

b. Pendekatan Kualitatif

Meskipun penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, pendekatan kualitatif seperti wawancara mendalam atau focus group discussions (FGD) dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang alasan di balik keputusan pembelian konsumen. Hal ini dapat memperkaya temuan-temuan dari penelitian kuantitatif.

c. Perbandingan antar Kafe atau Tipe Bisnis Makanan dan Minuman

Peneliti dapat melakukan penelitian serupa di berbagai jenis kafe atau restoran dengan karakteristik pasar yang berbeda, untuk melihat apakah pengaruh kualitas produk dan harga tetap konsisten di seluruh segmen pasar atau apakah ada perbedaan yang signifikan.

d. Penelitian Lanjutan dengan Model yang Lebih Kompleks

Penelitian selanjutnya dapat menggunakan model yang lebih kompleks, seperti model struktur yang melibatkan lebih banyak variabel, atau teknik analisis lainnya seperti Structural Equation Modeling (SEM) untuk memperdalam pemahaman mengenai hubungan antar variabel dalam konteks keputusan pembelian.

Dengan saran-saran di atas, diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengembangkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, serta memberikan kontribusi yang lebih besar bagi pengembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam konteks bisnis makanan dan minuman.

