

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, keputusan pembelian konsumen di Kopi Kenangan Lubuk Pakam secara signifikan dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan.

1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian  
Harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil uji regresi linier berganda, diperoleh nilai *t hitung* sebesar 2,137 dengan signifikansi 0,025 ( $< 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa kenaikan harga sebesar 1% dapat meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,063. Strategi harga yang kompetitif menjadi penting untuk menjaga tingkat pembelian konsumen.
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian  
Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uji regresi, nilai *t hitung* adalah 2,439 dengan signifikansi 0,016 ( $< 0,05$ ). Setiap peningkatan kualitas produk sebesar 1% berkontribusi pada peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,138. Produk dengan kualitas tinggi meningkatkan keputusan pembelian dan mendorong pembelian ulang.
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian  
Kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai *t hitung* sebesar 2,342 dan signifikansi 0,033 ( $<$

0,05). Peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1% dapat meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,024. Pelayanan yang responsif dan profesional menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

4. Secara keseluruhan, ketiga variabel ini secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai *F hitung* sebesar 8,510 (lebih besar dari nilai *F tabel* sebesar 3,94) dan kontribusi sebesar 88,5% terhadap keputusan pembelian, sesuai hasil uji koefisien determinasi (*Adjusted R Square*).

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, berikut beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Kopi Kenangan Lubuk Pakam:

1. Kepada PT. Bumi Berkah Boga (Kopi Kenangan) agar menjaga dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan minat konsumen sehingga penjualan meningkat.
2. Kepada PT. Bumi Berkah Boga (Kopi Kenangan) untuk memastikan bahwa harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas produk yang diberikan dan mampu bersaing dengan kompetitor. Selain itu, peneliti juga memberikan saran agar PT. Bumi Berkah Boga (Kopi Kenangan) untuk selalu melakukan survei berkala kepada konsumen terkait dengan kualitas dan konsistensi rasa. Agar *Feedback* dari konsumen selalu *Up To Date* sehingga Kopi Kenangan dapat terus memperhatikan kualitas dan

konsistensi rasa dan produk.

3. Kepada peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian serupa, disarankan untuk mencoba meneliti diluar dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, hal ini disebabkan pada dasarnya ada banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi naik turunnya keputusan pembelian kopi kenangan. Adapun variabel lain yang dapat peneliti sarankan seperti Citra Merk, Diskon, Tren, dan juga Promosi.

