

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat perbedaan persepsi harga pada kafe Jedar dibandingkan dengan kafe Gardenia. Dimana nilai t_{tabel} diperoleh sebesar 2,281 dengan nilai sig. sebesar 0,023 dan nilai $t_{hitung} < 0,05$, maka harga pada kafe jedar dan harga gardenia adalah tidak sama. Persepsi harga pada kafe jedar lebih positif dibandingkan dengan kafe Gardenia dengan selisih rata-rata persepsi harga antara kedua kafe tersebut adalah 1,05.
2. Terdapat perbedaan persepsi produk pada kafe Jedar dibandingkan dengan kafe Gardenia. Dimana nilai t_{tabel} diperoleh sebesar -2,739 dengan nilai sig. sebesar 0,006 dimana nilai $t_{hitung} < 0,05$, maka produk pada kafe jedar dan harga gardenia adalah tidak sama. Kafe Gardenia dinilai oleh konsumen lebih positif dibandingkan dengan kafe Jedar dengan nilai selisih rata-rata persepsi konsumen terhadap produk yang ditawarkan pada kedua kafe tersebut adalah 2,03
3. Terdapat perbedaan persepsi Kualitas Pelayanan pada kafe Jedar dibandingkan dengan kafe Gardenia. Dimana nilai t_{hitung} diperoleh sebesar -2,757 dengan nilai sig. sebesar 0,006 dimana nilai $t_{hitung} < 0,05$, maka kualitas pelayanan pada kafe jedar dan harga gardenia adalah tidak sama Kafe Gardenia dinilai oleh konsumen lebih positif dibandingkan dengan kafe Jedar dengan

nilai selisih rata-rata persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang ditawarkan pada kedua kafe tersebut adalah 0,75

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Kafe Gardenia diharapkan dapat memberikan penawaran harga yang lebih sesuai dan wajar yang dapat dirasakan oleh konsumen, sehingga dapat meningkatkan persepsi lebih positif terhadap harga tersebut.
2. Kafe Jedar lebih memperhatikan keragaman produk yang diminati oleh konsumen, sehingga dapat meningkatkan jumlah konsumen yang berkunjung.
3. Kafe Jedar lebih meningkatkan kualitas layanan yang diberikan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan bersaing dengan kafe-kafe lain yang berada di kawasan tersebut.
4. Untuk peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel lain diluar variabel yang diteliti seperti *Store Atmosphere* (Lingkungan Fisik).