

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. **Kualitas produk (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.** Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak menjadikan kualitas produk sebagai faktor utama dalam menentukan keputusan pembelian, karena kualitas yang ditawarkan relatif sama dengan produk pesaing. Maka, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian **ditolak**.
2. **Harga (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.** Harga menjadi pertimbangan utama konsumen sebelum melakukan pembelian, karena dianggap sesuai dengan kualitas yang diperoleh dan terjangkau oleh berbagai kalangan. Maka, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian **diterima**.
3. **Pelayanan (X_3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.** Konsumen lebih mengutamakan faktor harga dibanding pelayanan, sehingga pelayanan belum menjadi faktor dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian. Maka, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian **ditolak**.
4. **Kualitas produk, harga, dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.** Hal ini menunjukkan bahwa meskipun secara parsial tidak semua variabel berpengaruh, namun secara bersama-sama ketiganya mampu memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Maka, hipotesis keempat yang menyatakan bahwa kualitas produk, harga, dan pelayanan berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian **diterima**.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi pihak Kedai Aina Teh Dua Daun maupun untuk penelitian selanjutnya:

1. Peningkatan Kualitas Produk

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, pihak Kedai perlu melakukan evaluasi menyeluruh terhadap standar kualitas yang ada. Hal ini dapat mencakup peningkatan rasa, aroma, varian, dan tampilan produk agar lebih sesuai dengan preferensi konsumen. Kedai juga dapat melakukan uji rasa (taste test) secara berkala untuk mendapatkan masukan langsung dari pelanggan, serta menyesuaikan resep atau komposisi produk berdasarkan tren dan selera pasar. Peningkatan kualitas ini penting untuk membangun citra positif jangka panjang dan memperkuat loyalitas pelanggan, meskipun saat ini pengaruhnya terhadap keputusan pembelian belum signifikan.

2. Penetapan Harga yang Kompetitif

Mengingat hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, manajemen perlu menetapkan harga yang sebanding dengan kualitas produk yang diberikan. Kedai dapat melakukan survei harga pesaing secara berkala untuk memastikan harga tetap kompetitif di pasaran. Selain itu, strategi harga seperti diskon musiman atau promo khusus pelanggan loyal dapat diterapkan untuk menarik minat pembelian ulang. Penyesuaian harga juga harus mempertimbangkan kondisi daya beli masyarakat, inflasi, dan tren pasar, sehingga tetap terjangkau namun tetap memberikan keuntungan optimal bagi usaha.

3. Peningkatan Pelayanan

Walaupun hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, pelayanan tetap menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk loyalitas pelanggan. Kedai disarankan untuk memberikan pelatihan berkala kepada karyawan agar memiliki keterampilan komunikasi yang baik, keramahan dalam melayani,

dan kecepatan dalam memproses pesanan. Penyediaan fasilitas pendukung seperti area tunggu yang nyaman, sistem antrean yang tertata, dan kebersihan lingkungan kedai juga dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan. Pelayanan yang responsif terhadap keluhan atau pertanyaan pelanggan akan menciptakan citra positif dan meningkatkan kemungkinan pembelian ulang.

4. **Pengelolaan Terpadu Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan**

Karena hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, pihak Kedai perlu mengelola ketiga aspek ini secara terpadu dan seimbang. Artinya, peningkatan kualitas produk harus diiringi dengan penetapan harga yang sesuai serta pelayanan yang memuaskan. Misalnya, produk dengan kualitas tinggi namun disertai pelayanan yang buruk dapat menurunkan kepuasan pelanggan, begitu pula harga yang terlalu tinggi meskipun kualitas dan pelayanan baik bisa mengurangi minat beli. Oleh karena itu, manajemen perlu menetapkan standar operasional yang mengatur ketiga aspek ini agar selalu berjalan selaras dan mendukung peningkatan keputusan pembelian.