

BAB V

SIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Pada bab akhir ini, penulis mengemukakan hasil akhir penelitian yang diperoleh setelah melakukan pengujian dan penelitian secara menyeluruh mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen J.CO *Donuts & Coffee* di Jogja City Mall Yogyakarta. Hasil-hasil penelitian tersebut akan diringkas menjadi suatu ringkasan kesimpulan sederhana yang dapat dipahami dengan mudah.

Maka, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk yang diberikan J.CO Donuts and Coffee di Jogja City Mall Yogyakarta berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Harga yang diberikan J.CO Donuts and Coffee di Jogja City Mall Yogyakarta berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Secara simultan kualitas produk dan harga sama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen J.CO Donuts and Coffee di Jogja City Mall Yogyakarta.

5.2 Saran

Bab ini juga penulis memaparkan saran-saran yang berasal dari pemahaman, ide, berbagai batasan yang penulis peroleh saat melalui setiap tahap dan proses yang telah penulis jalani dalam melakukan pengujian ini. Penulis berharap agar setiap temuan dan saran penelitian akan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya serta bagi pihak-pihak yang membutuhkan di kemudian hari, terdapat beberapa saran yang ingin penulis sampaikan sebagai berikut:

5.2.1 Bagi Perusahaan

Saran bagi perusahaan, yaitu penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan terkait keputusan pembelian konsumen yang dilihat berdasarkan kualitas produk dan harga sehingga mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada J.CO Donuts and Coffee. Sebaiknya perusahaan dapat mempertahankan dan senantiasa memelihara kualitas produk dan harga yang dimilikinya karena faktor tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yang dihasilkan

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti pengaruh variabel-variabel lain yang belum diteliti yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Karena dari hasil uji R^2 diketahui bahwa Kualitas Produk dan Harga berpengaruh sebanyak 71,1%, sehingga masih ada 28,9% faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.