

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai Pengaruh kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga Dan Keragaman produk Terhadap keputusan Pembelian Produk Borneo *Bakery* Di Kota Kupang, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian (Y) berada pada kategori yang tinggi dengan presentase sebesar 77,55%, pencapaian ini menunjukkan konsumen mempunyai komitmen yang kuat dalam melakukan pembelian yang dipengaruhi secara signifikan oleh faktor-faktor yang telah diteliti dalam penelitian ini.

2. Kualitas Produk Terhadap keputusan Pembelian

Variabel kualitas produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Persepsi konsumen terhadap kualitas produk berada pada kategori tinggi yaitu sebesar 75,69%, begitu juga dengan keputusan pembelian sebesar 77,55%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang dirasakan oleh seorang konsumen, maka semakin besar pula keinginan mereka untuk membeli. Konsumen merasa lebih yakin dan puas saat produk yang diterima sesuai harapan.

3. Kualitas Layanan Terhadap keputusan Pembelian

Variabel kualitas layanan (X2) Dipengaruhi secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Persepsi konsumen terhadap kualitas layanan yang berada pada kategori 76,69% yang berarti lebih tinggi dibandingkan dengan persepsi konsumen terhadap variabel kualitas produk. Sementara itu keputusan pembelian mempunyai presentase sebesar 77,55. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka semakin besar pula kecendrungan konsumen untuk melakukan pembelian

4. Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel persepsi harga (X3) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Persepsi konsumen terhadap harga yang berada pada kategori 77,64% yang berarti lebih tinggi dibandingkan dengan persepsi konsumen terhadap variabel kualitas produk dan kualitas layanan. Sementara itu keputusan pembelian mempunyai presentase sebesar 77,55%. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang dianggap sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diterima mampu meningkatkan minat beli konsumen. Ketika konsumen merasa bahwa harga yang ditawarkan adil, kompetitif dan sebanding dengan nilai produk, konsumen cenderung lebih percaya dan terdorong untuk melakukan pembelian.

2. Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel keragaman produk (X4) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Persepsi konsumen terhadap keragaman produk berada pada kategori yang sangat tinggi, yaitu sebesar 77,81% yang merupakan nilai tertinggi dibandingkan dengan ketiga variabel X lainnya. Sementara itu persentase keputusan pembelian sebesar 77,55%. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin beragam pilihan produk yang ditawarkan, maka semakin besar peluang konsumen untuk menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Sehingga hal ini dapat mendorong terjadinya keputusan pembelian.

3. Kontribusi dari keempat variabel

Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga dan keragaman produk secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 73,3% terhadap keputusan pembelian. Sementara itu sebesar 26,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan keputusan pembelian di Borneo *Bakery* antara lain sebagai berikut:

1. Borneo *Bakery* sebaiknya terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk dengan memastikan bahan baku yang digunakan selalu segar dan berkualitas tinggi, menjaga konsistensi rasa, serta memperhatikan aspek

kebersihan dan estetika produk. Inovasi rasa dan penampilan juga penting agar tetap menarik bagi pelanggan lama maupun baru.

2. *Borneo Bakery* sebaiknya memberikan pelatihan berkala kepada karyawan mengenai pelayanan pelanggan, komunikasi yang ramah, dan kecepatan pelayanan. Lingkungan toko yang bersih, nyaman, dan rapi juga menjadi faktor penting meningkatkan kenyamanan pelanggan saat berbelanja.
3. *Borneo Bakery* sebaiknya memastikan harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan. Transparansi harga dan ketersediaan informasi yang jelas dapat membentuk persepsi positif. Selain itu penawaran harga khusus atau diskon musiman juga bisa menjadi strategi menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.
4. Keragaman produk perlu terus dikembangkan guna meningkatkan daya tarik dan memperluas jangkauan pasar. Pengembangan ini dapat dilakukan melalui penciptaan variasi produk secara berkala, dengan mempertimbangkan dinamika tren kuliner, perubahan hidup konsumen, serta preferensi rasa yang berkembang di masyarakat.
5. Saran untuk penelitian selanjutnya

Penelitian ini hanya fokus pada empat variabel utama, yaitu kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga, dan keragaman produk. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengkaji variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat beli ulang konsumen, seperti kepercayaan pelanggan, nilai yang dirasakan, loyalitas merek, serta faktor eksternal seperti kondisi sosial ekonomi dan tingkat persaingan pasar.