

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah.

1. Kualitas produk pada Coffeetrip Karawang sudah berjalan dengan baik. variabel Kualitas produk memperoleh skor 3,527 dengan rata-rata 352 pada kriteria baik. Indikator dengan skor tertinggi adalah ciri khas dengan skor 368. Sedangkan indikator dengan skor terendah adalah varian skor 340.
2. Kualitas pelayanan pada Coffeetrip Karawang sudah berjalan dengan baik. variabel Kualitas pelayanan memperoleh skor 3,574 dengan rata-rata 357 pada kriteria baik. Indikator dengan skor tertinggi adalah ketepatan dengan skor 391. Sedangkan indikator dengan skor terendah adalah keterampilan skor 334.
3. Keputusan pembelian pada Coffeetrip Karawang sudah berjalan dengan baik. variabel Keputusan pembelian memperoleh skor 3,527 dengan rata-rata 352 pada kriteria baik. Indikator dengan skor tertinggi adalah sikap dengan skor 360. Sedangkan indikator dengan skor terendah adalah pilihan produk dengan skor 348.
4. Terdapat hubungan kualitas produk dan kualitas pelayanan pada Coffeetrip Karawang. Koefisien korelasi antara Kualitas produk dan Kualitas pelayanan adalah 0,687 termasuk ke dalam kategori kuat.
5. Terdapat pengaruh parsial kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Coffeetrip Karawang. Besarnya pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 21,2%. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebesar 26,6%.
6. Terdapat pengaruh secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Coffeetrip Karawang. besarnya pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian adalah 0,478 atau 47,8%, sedangkan sisanya adalah 0,522 atau 55,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka saran dalam penelitian ini adalah

1. Berdasarkan skor terendah pada variable kualitas produk yaitu varian, maka sebaiknya Coffeetrip Karawang menambah variasi produk.
2. Berdasarkan skor terendah pada variabel kualitas pelayanan maka sebaiknya Coffeetrip Karawang memberikan pelatihan kepada karyawan.
3. Berdasarkan skor terendah pada variabel keputusan pembelian maka sebaiknya Coffeetrip Karawang atau meluncurkan produk baru.
4. Korelasi kualitas produk dan kualitas pelayanan berkategori kuat, maka sebaiknya Coffeetrip Karawang meningkatkan kualitas produk dan pelayanan terhadap konsumen.
5. Kualitas produk memiliki pengaruh yang lebih rendah terhadap keputusan pembelian dibandingkan kualitas pelayanan, maka sebaiknya Coffeetrip Karawang terus meningkatkan mutu produk agar lebih meningkatkan variabel keputusan pembelian
6. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, maka sebaiknya Coffeetrip Karawang lebih memperhatikan aspek kualitas produk dan kualitas layanan.