

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 responden yang telah dilakukan mengenai pengaruh Kualitas Produk, kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen kafe *Mom Milk* Semarang :

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa persepsi responden terhadap variabel kualitas produk kafe Mom Milk adalah baik, artinya reponden menilai bahwa produk kafe Mom Milk merupakan produk yang bisa diandalkan sebagai makanan yang memiliki kualitas baik, dan memiliki daya tahan produk yang baik bila dibawa pulang. Namun masih terdapat indikator yang berada dibawah nilai rata-rata yaitu ketepatan komposisi produk dan penggantian menu bila tidak sesuai.
2. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa persepsi responden terhadap variabel kualitas pelayanan kafe Mom Milk adalah baik, artinya kebersihan kafe Mom Milk yanbg terjamin, keramahan karyawan saat melayani konsumen, karyawan melayani sesuai dengan urutan pesanan, karyawan mengetahui tentang produk Mom Milk dan ketepatan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Namun masih terdapat indikator yang berada dibawah nilai rata-rata yaitu kecepatan karyawan dalam melayani konsumen, sikap karyawan dalam menanggapi keluhan konsumen, kemampuan karyawan dalam memberi informasi, karyawan

dalam memahami keinginan konsumen dan fasilitas yang diberikan kafe Mom Milk.

3. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa persepsi responden terhadap variabel harga kafe Mom Milk adalah cukup sesuai, adapun indikator yang memiliki nilai diatas rata-rata yaitu harga di kafe Mom Milk yang terjangkau dan harga di kafe Mom Milk yang sesuai dengan kualitasnya. Namun untuk indikator yang belum mencapai rata-rata yaitu mengenai harga di kafe Mom Milk jika dibandingkan dengan kafe yang sejenis.
4. Berdasarkan penelitian diketahui bahwa persepsi responden terhadap variabel keputusan pembelian di kafe Mom Milk adalah cukup baik. Adapun indikator yang memiliki nilai di atas rata-rata yaitu konsumen setuju melakukan pembelian ulang di kafe Mom Milk, kemantapan konsumen dalam memilih kafe Mom Milk untuk melakukan keputusan pembelian dan konsumen bersedia merekomendasikan produk di kafe Mom Milk kepada orang lain. Namun masih ada indikator yang belum mencapai rata-rata yaitu frekuensi konsumen dalam melakukan pembelian di kafe Mom Milk.
5. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ), yang berarti semakin baik kualitas produk yang diberikan kafe *Mom Milk* maka semakin tinggi pula keputusan pembelian begitu pula sebaliknya.

6. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ), yang berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kafe *Mom Milk* maka semakin tinggi pula keputusan pembelian begitu pula sebaliknya.
7. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel harga ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ), yang berarti semakin terjangkau harga yang diberikan kafe *Mom Milk* maka semakin tinggi pula keputusan pembelian begitu pula sebaliknya.
8. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), dan harga ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh yang positif

dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y), yang berarti semakin meningkat atau tinggi kualitas produk dan kualitas pelayanan serta semakin terjangkau harga maka keputusan pembelian pada kafe *Mom Milk* akan semakin tinggi, begitu pula sebaliknya.

#### **4.2 Saran**

Dari kesimpulan diatas, dapat disimpulkan beberapa saran yang dapat bermanfaat dan berguna sebagai bahan pertimbangan kafe *Mom Milk* Semarang dimasa yang akan datang yaitu sebagai berikut:

1. Pada variabel kualitas produk terdapat indikator yang berada dibawah nilai rata-rata yaitu ketepatan komposisi produk dan penggantian menu bila tidak sesuai. Saran yang dapat peneliti berikan adalah bagi karyawan lebih teliti lagi dalam membuat masakan atau minuman, menambahkan ekstra gula sasetan untuk minuman dan memberikan merica dan garam yang disediakan dimeja untuk makanan. Dan kafe *Mom Milk* juga harus memperhatikan lagi penggantian menu bila tidak sesuai dengan pesanan agar konsumen tidak kecewa terhadap produk yang ditawarkan.
2. Pada variabel kualitas pelayanan terdapat indikator yang berada dibawah nilai rata-rata yaitu kecepatan karyawan dalam melayani konsumen, sikap karyawan dalam menanggapi keluhan konsumen, kemampuan karyawan dalam memberi informasi, karyawan dalam memahami keinginan konsumen dan fasilitas yang diberikan kafe *Mom Milk*. Saran yang dapat peneliti berikan adalah *Mom Milk* perlu meningkatkan rasa empati yang dimiliki karyawan, dengan memberikan pelatihan-pelatihan sikap terhadap

konsumen sehingga konsumen merasa diperhatikan dan dipahami. Untuk meningkatkan kecepatan dalam pelayanan, manajemen *Mom Milk* perlu memperhatikan waktu-waktu kritis, dimana permintaan konsumen akan meningkat seperti pada saat akhir pekan atau pada hari libur, dengan menambah jumlah karyawan pada hanya pada waktu-waktu tertentu untuk mengatasi masalah kecepatan dan ketepatan pelayanan. Juga melengkapi fasilitas yang kurang lengkap seperti melengkapi dengan permainan-permainan modern agar konsumen merasa betah berada di kafe *Mom Milk*.

