

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan dengan judul “PENGARUH ATRIBUT PRODUK (MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA BLACK CANYON COFFEE PVI BANDUNG” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Merek menurut konsumen

Pada bagian ini jawaban responden sebagian besar menjawab setuju. Konsumen beranggapan bahwa merek Black Canyon Coffee Coffee merupakan jaminan produk yang bermutu dan juga dikenal baik oleh masyarakat luas. Konsumen pun tertarik untuk mengkonsumsi produk tersebut ketika mendengar merek Black Canyon Coffee Coffee karena merek tersebut sudah mempunyai kesan yang baik di benak konsumen. Walaupun sebagian konsumen menganggap netral bahwa produk merek Black Canyon Coffee Coffee lebih unggul daripada produk lainnya, tetapi citra merek Black Canyon Coffee Coffee tetap tinggi di mata masyarakat luas.

- Harga menurut konsumen

Tingginya harga yang ditetapkan oleh pihak Black Canyon Coffee Coffee membuat responden kebanyakan menjawab tidak setuju. Konsumen Black Canyon Coffee Coffee disini beranggapan bahwa harga produk-produk dari Black Canyon Coffee Coffee tidak kompetitif dengan kafe-kafe sejenisnya, tidak sesuai dengan kualitas produknya, juga sama sekali tidak memengaruhi konsumen untuk mengkonsumsi produk Black Canyon Coffee tersebut. Selain itu kebanyakan konsumen tidak terlalu mengerti tentang harga, sehingga banyak juga yang menjawab netral.

- Kualitas pelayanan menurut konsumen

Black Canyon Coffee Coffee memiliki kualitas pelayanan yang cukup baik, terbukti dari jawaban responden yang sebagian besar menjawab setuju bahwa penampilan pelayan di Black Canyon Coffee Coffee menarik dan sesuai dengan kelas kualitas kafenyanya, lalu konsumen merasa bahwa pelayanan yang diberikan oleh pelayan Black Canyon Coffee Coffee memuaskan termasuk keramahan dan kemampuan berkomunikasi dari pelayan tersebut terhadap konsumen. Walaupun pada bagian pertanyaan tentang peracik minuman dan makanan di Black Canyon Coffee Coffee memiliki wawasan yang luas akan produknya, dan tentang pelayanan Black Canyon Coffee Coffee memiliki kepedulian dan perhatian yang baik kebanyakan responden menjawab netral, tetapi secara umum pelayanan Black Canyon Coffee Coffee cukup baik di mata konsumen.

- Dari data secara keseluruhan dan dari hasil hipotesis menunjukkan bahwa merek, harga, dan kualitas pelayanan pada Black Canyon Coffee berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumennya dengan nilai sebesar 5,5%, hal ini terjadi karena ketiga faktor tersebut adalah bagian dari atribut produk yang merupakan unsur penting dalam pengambilan keputusan pembelian, 94,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti kemasan, label, jaminan (garansi), cara penyajian, dan lainnya.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis dapat memberikan ide atau masukan-masukan kepada Black Canyon Coffee Coffee Paris Van Java dalam pengelolaan atribut produk, yaitu:

- Merek

Menurut penulis dilihat dari hasil penelitian, faktor merek pada Black Canyon Coffee Coffee sudah baik, maka diharapkan pihak Black Canyon Coffee bisa memertahankan hal tersebut dengan cara terus menjaga citra mereknya (*brand image*) dengan baik dimata para pelanggannya. Disamping itu diharapkan Black Canyon Coffee bisa lebih memerhatikan kualitas produk serta memperbanyak promosi-promosi untuk memperkuat citra mereknya (*brand image*) karena masih ada responden yang menjawab netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

- Harga

Dikarenakan banyak responden yang beranggapan bahwa harga produk Black Canyon Coffee tinggi dan tidak kompetitif dengan kafe sejenis lainnya, maka penulis menyarankan Black Canyon Coffee lebih meningkatkan kualitas produknya agar konsumen menganggap harga yang dikeluarkan setara dengan kepuasan yang didapat oleh konsumen.

- Kualitas Pelayanan

Dikarenakan banyak responden merasa kualitas pelayanan Black Canyon Coffee PVJ Bandung sudah baik, diharapkan Black Canyon Coffee tetap konsisten dengan pelayanannya. Disamping itu penulis menyarankan Black Canyon Coffee untuk lebih mengerti dan cepat tanggap akan kebutuhan konsumen yang selalu berubah, dengan cara selalu melakukan *survey*, karena masih adanya konsumen yang menjawab netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

