

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan dengan judul “ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK (MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA J.CO DONUTS AND COFFEE PARIS VAN JAVA BANDUNG” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Merek menurut konsumen

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

- Harga menurut konsumen

Tingginya harga yang ditetapkan oleh pihak J.CO Donuts and Coffee membuat responden kebanyakan menjawab tidak setuju. Konsumen J.CO Donuts and Coffee disini beranggapan bahwa harga produk-produk dari

J.CO Donuts and Coffee tidak kompetitif dengan *cafe-cafe* sejenisnya, tidak sesuai dengan kualitas produknya, juga sama sekali tidak memengaruhi konsumen untuk membeli produk J.CO Donuts and Coffee tersebut.

- Kualitas pelayanan menurut konsumen

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

- Dari hasil secara keseluruhan dan dari hasil hipotesis menunjukkan bahwa merek, harga, dan kualitas pelayanan pada J.CO Donuts and Coffee berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumennya dengan nilai sebesar 33%, hal ini terjadi karena ketiga faktor tersebut adalah bagian dari atribut produk yang merupakan unsur penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Dan 67% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya seperti faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis dapat memberikan ide atau masukan-masukan kepada J.CO Donuts and Coffee Paris Van Java dalam pengelolaan atribut produk, yaitu:

- Disarankan agar pihak J.CO Donuts and Coffee lebih memerhatikan dalam aspek harga, harga yang diberikan dirasakan konsumen terlalu tinggi dan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, diharapkan agar harga lebih disesuaikan lagi dengan produknya, misalkan dengan menaikkan kualitas produknya atau dengan cara membuat beberapa paket minuman dan makanan menarik sehingga konsumen merasa biaya yang mereka keluarkan sesuai dengan produk yang mereka dapatkan.
- Disarankan bagi pihak J.CO Donuts and Coffee agar membuat program-program khusus yang membuat konsumen tertarik, misalkan membuat *member card* bagi para konsumen J.CO Donuts and Coffee, dan apabila konsumen mempunyai *member card* tersebut, konsumen bisa mendapatkan diskon dari setiap transaksi di J.CO Donuts and Coffee. Dengan demikian konsumen akan semakin tertarik untuk membeli produk J.CO Donuts and Coffee.