

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara atribut produk *J.Co Donuts and Coffee* terhadap keputusan pembelian konsumen. Setelah melakukan penelitian melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen dari perusahaan yang diteliti, kemudian menganalisa hasilnya dengan menggunakan alat-alat statistik seperti yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Setelah menyebarkan kuesioner maka didapatkan hasil mengenai tanggapan konsumen terhadap atribut produk yang dimiliki J.Co Donuts and Coffee. Berdasarkan hasil kuesioner, maka dapat disimpulkan bahwa atribut produk yang mendapat perhatian dari konsumen adalah :
 - a) Konsep *open kitchen* membuat konsumen percaya bahwa produk *J.Co* dibuat dengan teknologi tinggi.
 - b) Produk *J.Co* dibuat dengan memakai bahan baku berkualitas.
 - c) Donat *J.Co* memiliki bentuk yang bervariasi.
 - d) Bentuk donat *J.Co* yang sudah dihiasi dengan aneka *topping* membuat tampilan donat terkesan unik.
 - e) Merk *J.Co* memakai lambang yang unik dan menarik.
 - f) Kemasan *J.Co* mudah dibawa kemana-mana.

- g) Kemasan *J.Co* melindungi produk *J.Co* agar bentuk donat dan *topping*-nya tidak rusak.
 - h) Kemasan *J.Co* lebih praktis bila dibandingkan dengan pesaing lainnya.
2. Setelah menyebarkan kuesioner maka didapatkan hasil mengenai tanggapan keputusan pembelian konsumen terhadap produk *J.Co Donuts and Coffee*. Tanggapan konsumen dapat dibilang cukup baik. Hal ini terlihat dari hasil kuesioner dimana sebagian besar responden menyatakan persetujuannya untuk memutuskan membeli produk *J.Co Donuts and Coffee* dikarenakan hal-hal berikut ini, yaitu:
- a) Konsep *open kitchen* membuat konsumen tertarik membeli produk *J.Co*.
 - b) Bentuk dan variasi rasa donat yang beragam dipadukan dengan penamaan yang unik untuk masing-masing variasi rasa donat membuat konsumen tertarik untuk membelinya.
 - c) Pemakaian merk yang terkesan kebarat-baratan dipadukan dengan desain kemasan yang berbeda dari produk pesaing membuat konsumen penasaran dan tertarik untuk membeli produk *J.Co*.
 - d) Perpaduan antara posisi gerai yang memudahkan *J.Co* menarik perhatian pengunjung lewat aroma donat yang baru digoreng dengan tampilan gerai yang menarik membuat konsumen tertarik untuk membeli produk *J.Co*.

- e) Konsumen melakukan pembelian berulang dan menjadikan *J.Co* sebagai camilan favorit karena menyukai rasanya.
3. Dalam pengukuran pengaruh antara atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen *J.Co Donuts and Coffee* dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Dari perhitungan analisis regresi linier sederhana diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 2.006 + 0.517X$. Dimana Y menyatakan keputusan pembelian konsumen dan X menyatakan atribut produk. Persamaan tersebut dapat diartikan bahwa konstanta sebesar 2.006 berarti bahwa jika tidak ada pengaruh dari atribut produk maka keputusan pembelian konsumen *J.Co Donuts and Coffee* di kota Bandung adalah 2.006. Koefisien regresi sebesar 0.517 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 poin atribut produk, maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen *J.Co Donuts and Coffee* di kota Bandung sebesar 0.517. Berdasarkan hasil perhitungan statistik, didapat nilai *Adjusted R²* sebesar 0,291. Hal ini berarti atribut produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen *J.Co Donuts and Coffee* di kota Bandung sebesar 29,1%. Dengan kata lain keputusan pembelian konsumen *J.Co Donuts and Coffee* di kota Bandung dapat dijelaskan oleh atribut produk sebesar 29,1% dan sisanya 70,9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian seperti penetapan harga atau pelaksanaan program promosi, dan lain-lain.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, serta kesimpulan yang telah dikemukakan, ada beberapa saran yang diberikan untuk *J.Co Donuts and Coffee* yang diharapkan dapat menjadi masukan yang berguna bagi perusahaan yaitu:

1. *J.Co Donuts and Coffee* sebaiknya berupaya dengan memberi pelayanan yang ramah dan sopan serta memberi nilai tambah pada konsumen. Pelayanan yang ramah membuat konsumen merasa dihargai, konsumen yang membeli banyak dan yang membeli sedikit harus mendapat kesopanan dan keramahan yang sama sehingga mereka tidak merasa dibeda-bedakan. Pemberian nilai tambah pada konsumen dapat diwujudkan dalam bentuk pemberian *gift* atau *souvenir* pada *event-event* khusus, misalnya pada saat *valentine's day*, pembeli *J.Co* diberi *gift* berupa kartu *valentine* yang berisi permen atau cokelat berbentuk donat berwarna *pink*, pada saat lebaran, pembeli *J.Co* diberi *gift* berupa miniatur ketupat yang didalamnya ada coklat berbentuk ketupat dengan inisial nama *J.Co*, pada saat natal, pembeli *J.Co* diberi *gift* berupa kantong permen yang isinya adalah donat *J.Co* mini yang dibentuk seperti kran natal. Hal-hal kecil seperti ini dapat membuat konsumen merasakan kepedulian *J.Co* pada budaya yang dianut masyarakat Indonesia sehingga konsumen merasa dihargai dan dipedulikan. Selain dapat menumbuhkan rasa loyalitas, pemberian nilai tambah sesuai *event* khusus pun dapat menjadi ajang promosi baru bagi *J.Co*, karena pemberian *gift* ini dapat

menarik perhatian konsumen yang sedang merayakan *event* khusus tersebut.

2. Berdasarkan data yang didapatkan dari hasil kuesioner bahwa sebagian besar konsumen *J.Co Donuts and Coffee* adalah masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah, maka dapat dikatakan bahwa konsep resto butik agak sedikit kurang cocok diterapkan. Karena, hal ini membuat pengunjung merasa produk *J.Co* dilabeli oleh harga yang mahal sehingga takut untuk mencoba membeli produk *J.Co* sedangkan kenyataannya *J.Co* menetapkan harga yang hampir sama dengan para pesaingnya. Maka *J.Co Donuts and Coffee* sebaiknya meningkatkan kreativitas dalam hal penciptaan atmosfer resto butik yang lebih *homey* dan nyaman. Hal ini dapat dilakukan untuk meningkatkan daya tarik gerai sehingga pengunjung merasa tertarik dan tidak takut untuk mencoba membeli produk *J.Co Donuts and Coffee*. Saran ini dapat diwujudkan dengan cara penambahan sofa-sofa *two-seat* pada resto butik *J.Co* mengingat selama ini yang ada hanyalah kursi-kursi kayu dan sofa *one-seat*, penambahan sofa dapat menambah jumlah pengunjung *J.Co* yang ingin mencari tempat kumpul yang lebih nyaman dan mampu menampung jumlah orang yang lebih banyak bila dibandingkan dengan jumlah sofa dan kursi yang tersedia di gerai-gerai *J.Co* saat ini. Penyediaan majalah dan surat kabar pun perlu diperbanyak agar lebih lengkap dan *up to date*, mengingat jumlah dan jenis majalah yang tersedia di resto butik *J.Co* hanya sedikit jenisnya dan kurang *up to date*, penambahan jenis majalah dan surat kabar harus sesuai

dengan selera masyarakat menengah dan masyarakat atas yang menjadi pasar sasaran *J.Co*. Selain itu pemasangan *speaker-speaker* kecil yang mengalunkan musik instrumental dan *ballads* juga dapat dijadikan sebagai fasilitas tambahan bagi resto butik *J.Co*, dengan catatan musik tersebut tidak diputar terlalu keras ataupun terlalu pelan sampai sulit didengar. Penambahan sofa, penambahan koleksi majalah dan surat kabar serta pemasangan lagu dapat meningkatkan kenyamanan konsumen karena seolah-olah *J.Co* menjadi tempat untuk bersantai dan relaks serta sesuai dengan gaya hidup modern masa kini.

3. *J.Co Donuts and Coffee* sebaiknya mengadakan diskon khusus pada event-event tertentu, misalnya pada hari ulang tahun *J.Co* atau pada hari raya. Pemberian diskon ini dimaksudkan agar masyarakat yang selama ini tidak mau membeli produk *J.Co* karena faktor harga yang terlalu tinggi akhirnya mau juga membeli produk *J.Co*, mengingat faktor atribut produk tidak dominan mempengaruhi keputusan pembelian maka diasumsikan bahwa penetapan harga juga berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen.
4. *J.Co Donuts and Coffee* juga harus kreatif menyelenggarakan *event-event* khusus di setiap gerainya agar konsumen selalu tertarik untuk mengunjungi gerai *J.Co*. Event-event yang dapat diadakan antara lain *White Day with J.Co* yang diadakan setiap tanggal 14 Maret, *white day* adalah tradisi anak muda di Jepang sebagai balasan dari *valentine's day* dimana pada saat *valentine* perempuan yang memberi cokelat pada laki-laki, pada saat *white day* laki-laki balas memberi cokelat atau hadiah pada

perempuan yang telah memberinya coklat. *J.Co* juga dapat mengadakan *Halloween's Night Out with J.Co* untuk merayakan hari *Halloween* yang merupakan tradisi masyarakat Amerika yang dirayakan dengan pesta kostum tokoh-tokoh film horor. Hal ini dilakukan dengan alasan bahwa masyarakat perkotaan senang sekali mengikuti tren yang berasal dari budaya asing

5.3 Kelemahan Penelitian

Dalam penelitian ini masih banyak terdapat kelemahan dan kekurangan yang perlu diperbaiki lagi, antara lain:

- a) Kesulitan untuk mendapatkan informasi yang lengkap dan menyeluruh mengenai segala hal yang berhubungan dengan *J.Co Donuts and Coffee* mengingat informasi yang didapat hanya berasal dari pencarian melalui *search engine* di internet.
- b) Hasil kuesioner tidak mutlak dapat mencerminkan keadaan yang sebenarnya. Karena, hal itu tergantung bagaimana tanggapan responden saat diminta mengisi kuesioner, ada yang mengisi kuesioner dengan sungguh-sungguh atau hanya sekedar mengisi tanpa membaca pertanyaan dalam kuesioner.