

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari hasil penelitian ini melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen **Mochaccino Café&Bakery** dan setelah diolah mengenai pengaruh *produk* terhadap keputusan pembelian **Mochaccino Café&Bakery**, maka hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan Uji Validitas dapat dinyatakan bahwa penelitian ini memiliki jumlah sampel yang cukup, karena nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling* sebesar $0,853 \geq 0,50$. Berdasarkan tabel Rotated Component Matrik akhir maka dapat dinyatakan bahwa tiap – tiap butir pertanyaan yang sudah mengelompok di kelompok yang sama, berarti tiap – tiap butir pertanyaan tersebut sudah valid dan dengan menggunakan *factor loading* yang di gunakan 0,497.
2. Berdasarkan Uji Reliabilitas, dapat dinyatakan nilai Cronbach Alpha indikator Produk sebesar 0,841, hal ini memperlihatkan bahwa indikator Produk adalah reliabel ($\geq 0,6$) dan nilai tiap butir pertanyaan pada kolom *Cronbach's alpha if item deleted* < 0.841 . Sedangkan Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian nilai Cronbach Alpha indikator Keputusan Pembelian sebesar 0,818 hal ini memperlihatkan bahwa indikator Keputusan Pembelian adalah reliabel ($\geq 0,6$) dan nilai tiap butir pertanyaan pada kolom *Cronbach's alpha if item deleted* < 0.818 .

3. Berdasarkan Uji Normalitas dapat dinyatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal, dimana nilai Asymp sig $0.062 > 0.05$.
4. Berdasarkan Uji Hipotesis menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Berarti dapat disimpulkan H_0 ditolak dan model dapat meramalkan variabel keputusan pembelian. H_1 diterima : Terdapat pengaruh produk keseluruhan terhadap keputusan pembelian
5. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan pengaruh produk (menarik, memiliki keistimewaan, sesuai ekspektasi, tidak membosankan, dibuat dan disajikan, penyajian, pencitraan) terhadap keputusan pembelian berpengaruh 32,5%. Sedangkan 67.5 % dipengaruhi oleh faktor - faktor lain seperti Price, Place, Promotion dan terdapat keeratan hubungan sebesar 57%.

5.2 Saran

Bagi perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian variable Produk pada **MOCHACCINO CAFÉ&BAKERY** memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Oleh sebab itu dalam menghadapi persaingan yang ketat, **MOCHACCINO CAFÉ&BAKERY** harus mampu meningkatkan dan mempertahankan lagi elemen-elemen produk yang menjadi keunggulan saat ini.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan – keterbatasan, peneliti mengharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Jumlah responden kurang banyak diharapkan pada penelitian berikutnya jumlah responden diperluas.
2. Variabel yang diteliti sedikit, diharapkan pada penelitian berikutnya dapat ditambahkan variabel – variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.