

## 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.