

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Layanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada *Coffee Shop* Tuan Jana di Bandar Lampung. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada *Coffee Shop* Tuan Jana di Bandar Lampung.
2. Kualitas Layanan (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada *Coffee Shop* Tuan Jana di Bandar Lampung.
3. Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Layanan (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada *Coffee Shop* Tuan Jana di Bandar Lampung.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan tersebut ada beberapa saran yang peneliti ajukan yang dapat dijadikan acuan sesuai dengan hasil penelitian, diantaranya ialah:

1. Sebaiknya pihak manajemen pada *Coffee Shop* Tuan Jana menerapkan sistem pengendalian kualitas yang ketat untuk memastikan bahwa produk atau layanan *Coffee Shop* Tuan Jana memenuhi standar yang ditetapkan dan pantau secara teratur kinerja bisnis terhadap standar kualitas yang telah ditetapkan. Ini mungkin termasuk inspeksi berkala, pengujian kualitas, atau proses pemantauan yang berkelanjutan.

Namun, penting untuk diingat bahwa kualitas produk hanya salah satu faktor dalam pengambilan keputusan pembelian. Faktor-faktor lain seperti harga, merek, preferensi pribadi, promosi, dan pengalaman sebelumnya juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena

itu, strategi pemasaran yang efektif harus mempertimbangkan sejumlah faktor ini secara bersama-sama untuk mencapai hasil yang optimal.

2. Sebaiknya pihak manajemen pada *Coffee Shop* Tuan Jana memberikan arahan serta pelatihan kepada karyawannya dalam melayani konsumen agar selalu ramah dan sopan kepada pelanggan, tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, usahakan untuk melayani pelanggan dengan cepat dan efisien.

Namun, penting untuk diingat bahwa kualitas pelayanan hanya satu dari banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Faktor seperti harga atau jasa, merek, dan preferensi pribadi juga memainkan peran penting. Oleh karena itu, strategi bisnis yang efektif harus memperhitungkan berbagai faktor ini secara bersama-sama untuk memenangkan pelanggan dan mempertahankan bisnis yang sukses.