

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan pada bab sebelumnya beserta teori dan konsep yang mendukung pengujian ini dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, daya tarik iklan terhadap Keputusan pembelian konsumen *ice cream mixue* di poltangan jakarta selatan, Dalam pengujian ini, penulis menyimpulkan bahwa:

1. Kualitas Produk merupakan salah satu senjata strategis suatu perusahaan dalam menghadapi pesaing. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan Positif terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk merupakan faktor terpenting yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan membeli suatu produk. Jika konsumen menilai kualitas produk baik maka akan mempengaruhi tumbuhnya keputusan pembelian dan melahirkan prinsip kecerian konsumen dan apabila konsumen menilai negatif, maka konsumen merasa barang atau jasa yang dikonsumsinya tidak disukai atau tidak sesuai apa yang diharapkannya sehingga konsumen tidak akan membeli. jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen *ice cream mixue* di Poltangan Jakarta Selatan, artinya ketika kualitas produk meningkat maka mempengaruhi peningkatan keputusan Pembelian *ice cream mixue* di Poltangan Jakarta Selatan.
2. Kualitas Pelayanan sangat memengaruhi keputusan membeli konsumen. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan Positif terhadap keputusan pembelian. jika pelayanan yang diberikan baik maka akan mempengaruhi tumbuhnya keputusan pembelian serta dapat memperkuat citra merek perusahaan apabila pelayanan yang diberikan buruk maka dapat merusak reputasi perusahaan dan menyebabkan kehilangan pelanggan. jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen *ice cream mixue* di Poltangan Jakarta

Selatan, artinya ketika kualitas pelayanannya berkualitas maka mempengaruhi peningkatan keputusan Pembelian *ice cream* mixue di Poltangan Jakarta Selatan.

3. Persepsi Harga merupakan pendapat atau penilaian konsumen terhadap harga suatu produk atau jasa. Hasil analisis menunjukkan bahwa Persepsi Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Persepsi Harga merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan membeli suatu produk. Jika Harga yang ditawarkan terjangkau maka akan menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk membelinya namun jika konsumen merasa harga terlalu tinggi atau tidak sebanding dengan kualitas produk, konsumen mungkin akan mencari alternatif harga yang lebih terjangkau hal ini akan mempengaruhi tumbuhnya keputusan pembelian. jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen *ice cream* mixue di Poltangan Jakarta Selatan, artinya ketika harga yang ditawarkan terjangkau maka mempengaruhi peningkatan keputusan Pembelian *ice cream* mixue di Poltangan Jakarta Selatan.
4. Daya Tarik Iklan merupakan salah satu faktor penting perusahaan dalam memasarkan produknya dan bagaimana konsumen tertarik dalam membeli produknya. Hasil analisis menunjukkan bahwa Daya Tarik Iklan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Jika Iklan yang ditampilkan menarik dan informatif maka akan menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk membelinya namun jika iklan yang ditampilkan tidak menarik maka akan menimbulkan persepsi negatif dan konsumen akan menganggap bahwa perusahaan kurang inovatif atau kurang peduli akan kebutuhan konsumen hal ini akan mempengaruhi tumbuhnya keputusan pembelian. jadi dapat disimpulkan bahwa daya Tarik iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen *ice cream* mixue di Poltangan Jakarta Selatan, artinya ketika iklan yang ditampilkan menarik, efektif dan informatif maka dapat mempengaruhi peningkatan keputusan Pembelian *ice cream* mixue di Poltangan Jakarta Selatan

B. Saran

Karena berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah disampaikan sebelumnya pada pengujian, penulis mencoba menyampaikan beberapa saran yang dapat bermanfaat dan dapat dijadikan masukan baik bagi pihak toko, antara lain sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian, variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Artinya kualitas produk mixue mempunyai kemampuan dalam meningkatkan keputusan pembelian. Hal ini harus dipertahankan bahkan ditingkatkan. Terpenting, produk mixue harus terus menjaga dan meningkatkan kualitas, rasa, serta gaya dan desain terbaiknya, yang pada akhirnya kualitas produk mixue akan semakin terasa bagi konsumen produk mixue. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil pengujian, variabel kualitas pelayanan berpengaruh dengan keputusan pembelian. Hal ini mengartikan bahwa kualitas pelayanan dari pelayanan toko mixue mempunyai kemampuan memberi kontribusi kepada peningkatan keputusan pembelian. Hal ini harus dipertahankan dan harus ditingkatkan. Namun mixue harus lebih fokus membentuk kepercayaan diri karyawannya dan kebanggan konsumen dalam merasakan produk mixue dibanding produk eskrim minuman lain. Hal ini diharapkan bisa lebih memberi kontribusi kepada peningkatan keputusan pembelian.
3. Berdasarkan hasil pengujian, variabel persepsi harga berpengaruh dengan keputusan pembelian. Hal ini mengartikan bahwa persepsi harga dari toko mixue mempunyai kemampuan memberi kontribusi kepada peningkatan keputusan pembelian. Hal ini harus dipertahankan dan harus ditingkatkan. Namun mixue harus lebih jelas dan fleksibel dalam menetapkan harga. Hal ini diharapkan bisa lebih memberi kontribusi kepada peningkatan keputusan pembelian.

4. Berdasarkan hasil pengujian, variabel Daya Tarik Iklan berpengaruh dengan keputusan pembelian. Hal ini mengartikan bahwa Daya Tarik iklan dari toko mixue mempunyai kemampuan memberi kontribusi kepada peningkatan keputusan pembelian. Hal ini harus dipertahankan dan harus ditingkatkan. Namun mixue harus lebih intensif lagi seperti meningkatkan kehadiran dan aktivitas merek di platform-platform media social. Strategi konten yang kreatif dan interaktif dapat membantu menarik perhatian konsumen dan memperluas jangkauan iklan. Hal ini diharapkan bisa lebih memberi kontribusi kepada peningkatan keputusan pembelian.

