

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan melalui analisis *Partial Least Square* (PLS) mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Pada *Starbucks One Belpark Mall* maka didapatkan suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *starbucks*, artinya, kualitas produk yang terdapat di produk *starbucks* mempengaruhi keputusan pembelian pada penikmat kopi *starbucks* di *one belpark mall*, Jakarta.
2. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *starbucks*, artinya citra merek yang dimiliki oleh perusahaan *starbucks one belpark mall*, Jakarta berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *starbucks*, artinya setiap pembelian, harga tidak dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

- a. Penelitian ini hanya dapat menyebarkan kuesioner diluar pintu *starbucks* yang berada didalam *one belpark mall*. Karena tidak mendapatkan izin dari pihak *starbucks* untuk melakukan penyebaran diruangan *starbucks* selain vendor. Maka peneliti meminta izin kepada pihak mall *one belpark mall* dikarenakan penyebaran masih diruang lingkup mall.
- b. Responden dalam penelitian ini hanya mengambil responden yang merupakan penikmat kopi *starbucks one belpark mall*, Jakarta sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi untuk keputusan pembelian di daerah manapun.

Jumlah variabel yang digunakan terbatas hanya mencakup kualitas produk, citra merek, harga dan keputusan pembelian. Diharapkan peneliti selanjutnya menggunakan variabel lain selain variabel pada penelitian ini guna menyempurnakan penelitian.

### 5.3 Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a. Kualitas produk memiliki pengaruh positif yang signifikan serta memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap keputusan pembelian. Dan diharapkan dalam meningkatkan kualitas produk *starbucks* membuat suatu produk yang menarik tampilannya, sehingga konsumen ingin mencoba dan membeli.
- b. Dalam meningkatkan citra merek *starbucks*. Citra merek yang dimiliki *starbucks* di tingkatkan seperti mengadakan event, yang artinya membangun komunikasi dengan pelanggan dengan itu pelanggan semakin merasa bahwa produk *starbucks* baik, selain itu juga untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan.
- c. Sebaiknya *starbucks* memperbaiki kualitas produk dari biji kopi pilihan yang diambil dari berbagai Negara. Untuk harga *starbucks* memiliki harga yang kompetitif, maka *starbucks* harus dapat mempertahankan harganya agar konsumen tetap melakukan pembelian secara berulang-ulang. Dan *starbucks* memberikan harga yang sesuai dengan harapan pelanggan sehingga *starbucks* dapat bersaing dengan kedai kopi lainnya yang mulai semakin menjamur.
- d. Peneliti menyarankan untuk peneliti selanjutnya agar dapat menggunakan variabel lain selain variabel pada penelitian ini terkait dengan keputusan pembelian seperti variabel keragaman menu, atmosfer toko, dan psikologis.