

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, peneliti dapat menyimpulkan beberapa kesimpulan, di antaranya sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan kata lain, semakin baik kualitas produk, semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian pada coffee shop Himalayan Coffee.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan kata lain, semakin baik kualitas layanan, semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian pada coffee shop Himalayan Coffee.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas layanan secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan kata lain, semakin baik kualitas produk dan kualitas layanan, semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian pada coffee shop Himalayan Coffee.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil Penelitian, terdapat saran, di antaranya sebagai berikut:

1. Saran untuk peneliti selanjutnya

Disarankan menambahkan variabel lain seperti harga, promosi, citra merek, atau lokasi usaha agar hasil lebih komprehensif. Metode kualitatif atau mixed methods juga dapat digunakan untuk menggali alasan konsumen memilih Himalayan Coffee. Peneliti juga dapat mengeksplorasi dimensi SERVQUAL (responsiveness, empathy, assurance, tangibles) untuk mengetahui aspek layanan paling berpengaruh. Penelitian lintas lokasi atau pada coffee shop lain bisa

dilakukan sebagai perbandingan. Mengingat kecenderungan responden untuk membeli ulang, variabel loyalitas atau kepuasan pelanggan juga dapat dimasukkan sebagai variabel mediasi atau dependen dalam penelitian lanjutan.

## 2. Saran Untuk Coffe Shop Himalayan Coffee

Manajemen disarankan untuk menjaga konsistensi rasa, aroma, dan tampilan produk serta melakukan inovasi menu sesuai tren kopi terkini. Dalam aspek layanan, pelatihan rutin bagi karyawan terkait komunikasi, keramahan, dan kecepatan sangat penting. Selain itu, peningkatan fasilitas seperti kenyamanan tempat, kebersihan, dan akses internet perlu diperhatikan. Karena mayoritas responden menunjukkan niat beli ulang, perusahaan perlu mempertahankan kualitas secara menyeluruh dan membangun loyalitas pelanggan melalui program reward, diskon khusus, atau promosi digital.