

BAB 5

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diteliti oleh peneliti ada beberapa kesimpulan yang bisa diambil oleh peneliti yaitu:

1. Harga (X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi kenangan di Ciputra World Surabaya karena harga tidak menjadi acuan untuk konsumen melakukan keputusan pembelian, sehingga hipotesis pertama ditolak.
2. Promosi (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi kenangan di Ciputra World Surabaya karena promosi yang diberikan kopi kenangan juga tidak menjadi patokan untuk melakukan keputusan pembelian, sehingga hipotesis kedua ditolak.
3. Kualitas Produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di kopi kenangan Ciputra World Surabaya sehingga hipotesis ketiga diterima. Konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian di kopi kenangan Ciputra World Surabaya karena kualitas produk yang diberikan oleh kopi kenangan memiliki kualitas yang terjamin.



5.2 Saran

1. Kopi kenangan Ciputra World harus tetap menjaga kualitas produknya dengan sebaik-baiknya agar konsumen terus kembali dan bisa meningkatkan daya saing kopi kenangan dengan kopi yang lainnya dengan cara menjaga team *quality control* terhadap proses pembuatan kopi dan pemilihan bahan baku yang digunakan terutama bahan-bahan kopi
2. Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti memiliki saran untuk penelitian selanjutnya yakni melakukan penelitian terhadap Kopi Kenangan berkaitan dengan variabel-variabel lain yang tidak digunakan oleh peneliti saat ini seperti: harga, promosi, dan kualitas produk. Harapannya penelitian selanjutnya dapat memberikan pengetahuan yang terbaharui dan dapat juga memperbanyak sampel agar hasil yang diperoleh dapat berbeda dengan penelitian ini.

