

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut

1. Untuk variabel Harga (X_1) hasil pengolahan data menunjukkan t hitung $>$ t tabel yaitu $13,723 > 0,677$, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara harga dengan keputusan pembelian produk J.Co Donuts & Coffee Chandra Bandar Lampung. Untuk variabel Merek (X_2) hasil pengolahan data menunjukkan t hitung $>$ t tabel yaitu $2,003 > 0,677$, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara merek dengan keputusan pembelian produk J.Co Donuts & Coffee Chandra Bandar Lampung. Untuk variabel Kemasan (X_3) hasil pengolahan data menunjukkan t hitung $<$ t tabel yaitu $-4,222 < 0,677$, maka H_a ditolak dan H_o diterima. Artinya secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan antara Kemasan dengan keputusan pembelian produk J.Co Donuts & Coffee Chandra Bandar Lampung. Untuk variabel Rasa (X_4) hasil

pengolahan data menunjukkan t hitung $>$ t tabel yaitu $2,456 > 0,677$, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara Rasa dengan keputusan pembelian produk J.Co Donuts & Coffee Chandra Bandar Lampung. Untuk variabel Pelayanan (X_5) hasil pengolahan data menunjukkan t hitung $>$ t tabel yaitu $2,517 > 0,677$, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara Pelayanan dengan keputusan pembelian produk J.Co Donuts & Coffee Chandra Bandar Lampung.

2. Berdasarkan perhitungan melalui uji F, F Hitung $>$ F Tabel yaitu $63,464 > 2,48$ maka H_o ditolak atau H_a diterima. Artinya ada pengaruh yang simultan atau bersama-sama antara Harga (X_1), Merek (X_2), Kemasan (X_3), Rasa (X_4), dan Pelayanan (X_5) terhadap keputusan pembelian produk J.Co Donuts & Coffee Chandra Bandar Lampung. Artinya Harga, Merek, Kemasan, Rasa, dan Pelayanan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk J.Co Donuts & Coffee Chandra Bandar Lampung.

B. Saran

Setelah mengetahui bagaimana pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk J.Co Donuts & Coffee Bandar Lampung, maka saran yang di sampaikan penulis, yaitu diketahui bahwa faktor harga berpengaruh paling besar terhadap keputusan konsumen untuk membeli

produk J.Co Donuts & Coffee. Oleh karena itu bagi pihak J.Co Donuts & Coffee harus benar-benar memanfaatkan segala potensi yang mampu diberikan atribut tersebut. Harga yang bersaing dengan kompetitor nya, harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dijual, harga yang sesuai dengan porsinya dan harga yang relatif terjangkau menjadikan J.Co Donuts & Coffee dipilih oleh para konsumen nya dibandingkan dengan kompetitor J.Co Donuts & Coffee.