

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Tujuan utama dari penelitian ini adalah meliputi bagaimana Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Ejji Coffee Corner Margorejo.

Analisis model regresi yang dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas (kualitas produk, harga dan promosi) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan di analisa pada bab IV, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Diperoleh bahwa variabel bebas kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian.
2. Diperoleh bahwa variabel bebas harga berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian.
3. Diperoleh bahwa variabel bebas promosi berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian.
4. Diperoleh bahwa variabel bebas (kualitas produk, harga dan promosi) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

#### **5.2 Saran**

Saran yang dapat penulis berikan terhadap hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi Ejji Coffee Corner

Disarankan bagi Ejji Coffee Corner Margorejo hendaknya untuk terus memperhatikan kualitas produk dengan membuat produk coffe yang berbeda dengan pesaingnya misalnya dengan membuat produk dengan kemasan yang berbeda sehingga membuat kesan tersendiri bagi konsumen Ejji Coffee Corner. Harga jika ingin membuat harga sebaiknya melakukan survey pasar

dan survey ke pesaing agar mampu menetapkan harga yang bersaing dan tetap terjangkau oleh konsumen. Promosi juga sebaiknya di lakukan semenarik mungkin agar nantinya bisa menjadikan daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk membeli di Ejj Coffee Corner.

## 2. Bagi Peneliti

Disarankan bagi peneliti selanjutnya, hendaknya menambah variabel bebas lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian contoh lokasi dan kualitas pelayanan, karena masih banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Ada baiknya peneliti selanjutnya melakukan perbandingan dengan perusahaan lain yang sejenis baik di kota yang sama maupun kota yang berbeda.