

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan PLS untuk menguji Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian kopi bubuk instan Nescafe di Surabaya :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diperoleh bahwa kualitas produk mampu mempengaruhi keputusan pembelian kopi bubuk instan Nescafe di Surabaya, karena apa yang ditawarkan Nescafe begitu menggugah selera para pecinta kopi sehingga disukai semua kalangan. Dalam hal ini Nescafe memakai perpaduan biji kopi robusta berkualitas yang dipanggang hingga mencapai tingkat medium yang nikmat untuk memberikan pengalaman khas dan tak tergantikan dengan meminum secangkir kopi dan dapat mendorong keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diperoleh bahwa persepsi harga harus memiliki konsep dan kemampuan yang kuat agar tercapainya tujuan dari kopi bubuk instan Nescafe. Dalam hal ini harga yang telah ditetapkan oleh Nescafe kepada konsumen mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Maksudnya adalah harga yang dapat dijangkau konsumen turut mempengaruhi preferensi konsumen, sehingga konsumen akan cenderung melakukan pembelian terhadap produk Nescafe tersebut.

3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kopi bubuk instan Nescafe dapat diterima. Dalam hal ini merek kopi bubuk instan Nescafe berdiri sudah lama dan mudah dikenal oleh masyarakat sebagai kopi cepat larut, biji kopi yang dipakai oleh Nescafe robusta yang berkualitas.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka ada beberapa saran yang diberikan untuk dijadikan bahan pertimbangan atau manfaat sebagai unsur pengambilan keputusan, sebagai berikut :

1. Pada variabel kualitas produk menunjukkan bahwa banyak konsumen yang melakukan keputusan pembelian pada produk Nescafe memakai perpaduan biji kopi robusta berkualitas yang dipanggang hingga mencapai tingkat medium yang nikmat untuk memberikan pengalaman khas dan tak tergantikan dengan meminum secangkir kopi sehingga di harapkan Nescafe dapat selalu menjaga kualitas produknya.
2. Pada variabel persepsi harga menunjukkan bahwa banyak konsumen yang beranggapan bahwa harga sesuai dengan kualitasnya di harapkan Nescafe dapat meningkatkan kualitas dengan mempertimbangkan harga yang terjangkau untuk produk kopi bubuk instan Nescafe.
3. Pada variabel citra merek menunjukkan bahwa banyak konsumen yang beranggapan bahwa kopi bubuk instan Nescafe mudah dikenal oleh masyarakat sebagai kopi cepat larut, biji kopi yang dipakai oleh Nescafe