

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Starbucks Coffee Surabaya) maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a) Kualitas Produk memiliki kontribusi terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Coffee Surabaya. Estetika pada kualitas produk dapat membuat daya tarik konsumen terhadap keputusan pembelian agar membeli produk di Starbucks coffee. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi Kualitas Produk yang diberikan maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian pada Starbucks Coffee Surabaya. Kualitas produk tersebut memiliki karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuan dalam memuaskan kebutuhan konsumen yang diimplikasikan.
- b) Brand Image memiliki kontribusi terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Coffee Surabaya. Hal ini dapat menunjukkan bahwa semakin tinggi Brand Image pada sebuah produk maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian di Starbucks Coffee Surabaya. Kesukaan pada brand image dapat membuat adanya keputusan pembelian. Kesukaan pada brand image dapat mengarah pada kemampuan brand agar mudah diingat oleh pelanggan.

- c) Persepsi harga memiliki kontribusi terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Coffee Surabaya. Hal ini dapat menunjukkan bahwa penentuan harga dengan kualitas yang baik dapat membuat adanya keputusan pembelian pada sebuah produk. Dengan adanya penentuan harga dengan kualitas yang baik dapat membuat aspek penetapan harga yang dilakukan produsen atau penjual sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh.

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan dan dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan untuk di waktu yang akan datang. Beberapa saran antara lain sebagai berikut:

1. Diharapkan keputusan pembelian di Starbucks Coffee Surabaya dalam kualitas produk dapat dipertahankan dan ditingkatkan lagi melalui nilai keindahan atau daya tarik di waktu yang akan datang.
2. Diharapkan brand image Starbucks Coffee Surabaya yang dikenali oleh konsumen merupakan asset berharga bagi suatu produk. Starbucks Coffee Surabaya harus mampu meningkatkan kesukaan pada sebuah brand image sehingga dapat mengarah pada kemampuan brand agar mudah diingat oleh pelanggan.
3. Diharapkan persepsi harga pada Starbucks Coffee Surabaya dipertahankan dan ditingkatkan lagi di waktu yang akan datang melalui penentuan harga dengan kualitas yang baik sehingga sesuai dengan kualitas produk yang akan diperoleh.