

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan PLS untuk menguji pengaruh Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Forestthree Coffee Kertajaya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Harga memberikan kontribusi terhadap Keputusan pembelian pada Forestthree Coffee. Semakin baik persepsi konsumen terhadap harga maka semakin besar konsumen melakukan keputusan pembelian pada Forestthree Coffee.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel Citra Merek memberikan kontribusi terhadap Keputusan pembelian pada Forestthree Coffee. Semakin bagus citra merek sebuah usaha maka akan semakin meningkatkan keinginan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada Forestthree Coffee.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel *Word Of Mouth* memberikan kontribusi terhadap Keputusan pembelian pada Forestthree Coffee. Jika informasi yang tersebar merupakan informasi mengenai hal-hal positif dari suatu produk maka dapat

mempengaruhi pikiran konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada produk Forestthree Coffee.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk menjadi bahan pertimbangan atau dimanfaatkan sebagai unsur pengambilan keputusan, diantaranya sebagai berikut :

1. Forestthree Coffee harus lebih mempertimbangkan atau mengkaji ulang tentang kesesuaian harga dengan kualitas produk yang dijual. Kesesuaian harga berkaitan dengan kualitas produk jika kualitas produk yang diberikan sesuai dengan harga yang ditetapkan maka akan meningkatkan keputusan pembelian.
2. Meningkatkan identitas merek (logo merek, karakter, dekorasi ruangan, dan lain-lain yang berkaitan dengan identitas atau karakter usaha) juga merupakan hal yang harus dilakukan oleh Forestthree Coffee dikarenakan umur usaha yang masih tergolong baru dan juga masyarakat belum terlalu mengenal Forestthree Coffee. Dengan identitas merek yang baik dan dikenal oleh akan dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk Forestthree Coffee.
3. Forestthree Coffee dapat memanfaatkan peran konsumen untuk membicarakan tentang Forestthree Coffee dan mendorong untuk membeli produknya dengan cara memberikan pengalaman dan pelayanan yang memuaskan pelanggan, harga yang sesuai dengan kualitas, dan identitas merek yang sudah dikenal oleh masyarakat sebagai merek yang mumpuni.

Hal itu semua dapat meningkatkan niat konsumen dalam menyebarkan informasi mengenai Foresthree Coffee kepada orang lain, dengan begitu calon konsumen akan semakin yakin dalam melakukan keputusan pembelian produk Foresthree Coffee.