

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada *starbucks* di Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *starbucks* di Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.
2. Harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada *starbucks* di Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *starbucks* di Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.
4. Kualitas produk, harga dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *starbucks* di Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.

Berdasarkan angka *coefisiensi* dan nilai  $t_{hitung}$  maka dapat diketahui bahwa faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah kualitas produk.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dari kesimpulan diatas, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kualitas produk, sebaiknya pihak *starbucks* lebih meningkatkan lagi kualitas produknya supaya konsumen tetap tertarik dan tidak bosan untuk melakukan pembelian karena kualitas produk merupakan variabel yang sangat dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sehingga perusahaan harus dapat terus menjaga kualitas yang ada, terlebih untuk mempertahankan konsumen.
2. Harga, sebaiknya pihak *starbucks* menerapkan strategi yang tepat untuk menciptakan ide atau gagasan dalam persaingan harga.

3. Promosi, sebaiknya pihak *starbucks* lebih meningkatkan strategi promosinya karena Promosi dilakukan untuk memperkenalkan suatu produk kepada konsumen sehingga diharapkan konsumen akan tertarik untuk membeli produk tersebut.
4. Keputusan pembelian, untuk meningkatkan keputusan pembelian sebaiknya pihak *starbucks* lebih meningkatkan lagi kualitas produknya supaya konsumen tetap tertarik dan tidak bosan untuk melakukan pembelian, menerapkan strategi yang tepat untuk menciptakan ide atau gagasan dalam persaingan harga dan lebih meningkatkan strategi promosinya supaya konsumen lebih mengenal produk yang ditawarkan.