

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil diskusi dapat disimpulkan bahwa:

1. Cafe Coffee House Sibolangit memiliki keragaman produk secara signifikan dan positif memengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Menawarkan beragam pilihan menu, pelanggan lebih mudah menemukan produk yang sesuai selera dan cenderung tertarik mencoba berbagai jenis minuman, baik kopi maupun non-kopi. Hal ini menciptakan kesan bahwa cafe inovatif dan responsif terhadap tren pasar, sehingga memperkuat loyalitas pelanggan serta daya saing usaha. Namun, jika variasi produk tidak dikelola dengan baik, bisa menimbulkan kebingungan dalam memilih, meningkatkan kompleksitas operasional, dan berisiko menurunkan kualitas serta konsistensi produk yang pada akhirnya dapat mengurangi kepuasan pelanggan.
2. Keputusan pembelian dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas layanan. Pelanggan memiliki pengalaman positif ketika menerima layanan yang cepat, sopan, dan nyaman. Pelanggan lebih cenderung merekomendasikan cafe kepada teman dan melakukan pembelian lebih lanjut ketika mereka puas. Selain itu, layanan yang profesional membantu membangun citra positif brand dan meningkatkan kepercayaan, yang pada akhirnya mendorong loyalitas pelanggan dan kunjungan berulang. Namun, karena layanan sangat bergantung pada karyawan, berbagai hal seperti kelelahan, kesalahan, atau perubahan suasana hati dapat memengaruhi cara konsumen melayani. Tanpa pelatihan berkelanjutan dan pengawasan yang konsisten, kualitas layanan bisa menurun, yang berisiko merusak citra cafe dan mengurangi kepuasan pelanggan dalam jangka panjang.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketika variasi produk dan kualitas layanan dibandingkan dalam hal pengaruhnya terhadap keputusan pembelian, variasi produk lebih memengaruhi keputusan pembelian daripada kualitas layanan. Hal ini berkaitan dengan Sibolangit Coffee House Cafe, pelanggan lebih tertarik pada keberagaman pilihan menu yang ditawarkan daripada aspek pelayanan semata. Meskipun pelayanan tetap menjadi faktor penting untuk mempertahankan pelanggan, namun faktor daya tarik awal dan motivasi pembelian lebih banyak dipicu oleh seberapa luas dan menariknya pilihan produk yang tersedia. Oleh karena itu, strategi pengembangan produk menjadi krusial dalam meningkatkan volume penjualan.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi produk memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pembelian dibandingkan kualitas layanan di Cafe Coffee House Sibolangit. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelanggan lebih tertarik pada keberagaman menu yang ditawarkan sebagai faktor utama dalam

memutuskan pembelian. Sementara kualitas layanan tetap penting untuk menjaga loyalitas pelanggan, daya tarik awal dan motivasi utama konsumen lebih dipengaruhi oleh luasnya pilihan produk. Oleh karena itu, pengembangan variasi produk harus menjadi prioritas strategi pemasaran guna mendorong peningkatan volume penjualan secara signifikan.

6.2 Saran

Peneliti menawarkan sejumlah rekomendasi berdasarkan temuan penelitian ini yang mungkin bermanfaat bagi bisnis dan penelitian masa depan:

6.2.1 Bagi Perusahaan

- a. **Peningkatan variasi Produk** Cafe Coffee House Sibolangit perlu menambahkan variasi minuman kopi serta menghadirkan dekorasi penyajian yang lebih modern dan menarik. Inovasi pada kemasan juga diperlukan untuk membentuk karakter visual yang kuat dan mudah dikenali sebagai ciri khas cafe.
- b. **Peningkatan Kualitas Pelayanan** Kualitas pelayanan yang lebih baik dapat meningkatkan pengalaman pelanggan. Cafe Coffee House Sibolangit disarankan untuk meningkatkan pelatihan bagi staf agar lebih ramah dan responsif dalam melayani pelanggan. Kebersihan cafe juga harus tetap terjaga untuk menciptakan lingkungan yang nyaman bagi pengunjung.
- c. **Optimalisasi Rekomendasi Produk oleh Staf** Staf cafe perlu lebih aktif dalam memberikan rekomendasi menu kepada pelanggan berdasarkan preferensi konsumen. Menawarkan pilihan menu khusus atau pilihan juga dapat membantu klien dalam memilih barang yang sesuai dengan preferensi mereka.

6.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. **Penambahan Variabel.** Dampak variasi produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pelanggan menjadi fokus utama penelitian ini. Jika penelitian selanjutnya bertujuan untuk meningkatkan pemahaman konsumen, persepsi merek, loyalitas, dan kepuasan, sebaiknya variabel lain seperti metode periklanan juga dimasukkan. Selain itu, untuk lebih memahami faktor-faktor yang memengaruhi pembelian, akan bermanfaat jika membandingkan dampak kedua variabel utama ini di Cafe Coffee House Sibolangit dengan cafe lainnya.
- b. **Studi Komparatif.** Keterbatasan objek penelitian pada satu cafe mengurangi generalisasi temuan. Oleh karena itu, studi komparatif dengan cafe lain yang memiliki konsep serupa diperlukan untuk mengidentifikasi perbedaan strategi bisnis yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen.

6.2.3 Keterbatasan Penelitian

- a. Waktu Pengumpulan Data. Data dikumpulkan dalam periode yang singkat, sehingga kurang merefleksikan dinamika perubahan preferensi konsumen. Penelitian lanjutan sebaiknya menggunakan periode pengumpulan data yang lebih panjang atau metode longitudinal.
- b. Populasi Responden. Responden terbatas pada satu lokasi, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasi. Studi selanjutnya dianjurkan melibatkan sampel yang lebih luas dan beragam secara demografis.
- c. Teknik Pengumpulan Data. Terdapat keterbatasan dalam penggunaan survei untuk menangkap keseluruhan pengalaman pelanggan. Penelitian selanjutnya sebaiknya mempertimbangkan kombinasi teknik kualitatif dan kuantitatif, termasuk wawancara mendalam atau observasi langsung, untuk mengatasi hal ini dan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang preferensi dan kebiasaan konsumen.