

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian roti tawar Sari Roti di Kota Bogor, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian roti tawar Sari Roti di Kota Bogor.
2. Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian roti tawar Sari Roti di Kota Bogor.
3. Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian roti tawar Sari Roti di Kota Bogor.
4. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan keputusan pembelian terhadap roti tawar Sari Roti di Kota Bogor, perusahaan dapat melakukan inovasi dengan menghadirkan varian roti tawar rendah gula atau tinggi serat. Dari sisi harga, perusahaan perlu memperkuat persepsi kesesuaian nilai melalui penerapan strategi harga kompetitif, yaitu dengan menjaga agar harga roti tawar Sari Roti tetap terjangkau dan bersaing di pasar, sehingga konsumen merasa harga yang dibayar sudah sepadan dengan nilai yang diterima. Dan pada aspek keputusan pembelian, perusahaan perlu menciptakan pengalaman positif selama proses pembelian

dengan melatih karyawan agar memberikan pelayanan yang ramah, cepat tanggap, dan membantu kebutuhan konsumen, sehingga tercipta kepuasan yang mendorong pembelian ulang.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka upaya dalam meningkatkan keputusan pembelian roti tawar Sari Roti di Kota Bogor, beberapa saran yang dapat diajukan sebagai berikut:

### 1. Bagi Pihak Perusahaan

Perusahaan perlu memperhatikan beberapa aspek yang masih menunjukkan nilai penilaian yang masih rendah agar pengelolaan kualitas produk dan harga dapat berjalan optimal terhadap keputusan pembelian. Pada variabel kualitas produk, pernyataan “Saya tertarik membeli roti tawar sari roti karena tersedia dalam berbagai varian yang menarik” menunjukkan bahwa sebagian pelanggan belum sepenuhnya merasakan kualitas produk yang baik. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan perlu melakukan inovasi dengan menghadirkan varian roti tawar rendah gula atau tinggi serat.

Pada variabel harga, pernyataan “Saya merasa puas karena roti tawar sari roti memberikan nilai yang sesuai dengan harganya” menunjukkan bahwa sebagian pelanggan merasa nilai yang diterima belum sepadan dengan harga yang dibayar. Oleh karena itu, untuk meningkatkan persepsi terhadap kesesuaian nilai harga, perusahaan

perlu menerapkan strategi harga kompetitif, yaitu dengan menyesuaikan harga roti tawar Sari Roti agar tetap terjangkau dan bersaing di pasar sehingga konsumen merasa harga yang dibayar telah sepadan dengan nilai yang diterima.

Selain itu, pada variabel keputusan pembelian, pernyataan “Saya berencana membeli kembali roti tawar sari roti karena pengalaman sebelumnya yang memuaskan” hal ini menunjukkan bahwa sebagian pelanggan belum sepenuhnya merasa puas atas proses pembelian sebelumnya. Oleh karena itu, untuk meningkatkan keputusan pembelian perusahaan perlu menciptakan pengalaman positif melalui pelayanan yang ramah dan tanggap agar konsumen puas dan terdorong untuk membeli kembali.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil dari analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan keputusan pembelian masih tergolong lemah. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengubah variabel penelitian, misalnya dengan menggunakan variabel lain seperti kepuasan konsumen, promosi, atau citra merek, agar hasil penelitian di masa mendatang dapat memberikan penjelasan yang lebih komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk makanan olahan.