

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen kopi liberika di Desa Sungai Beras.
2. Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen kopi liberika di Desa Sungai Beras.
3. Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen kopi liberika di Desa Sungai Beras.
4. Harga, Kualitas Produk, dan Promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian kopi liberika di Desa Sungai Beras.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang di dapat bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. UMKM harus mempertahankan dan meningkatkan kembali kualitas produk yang ada yaitu khususnya pada bagian gaya atau teksture dari kopi liberika Peatland Coffee dimana berdasarkan pernyataan kuesioner bahwa kopi memiliki butiran yang halus dan cocok dengan selera konsumen. Sehingga konsumen dapat terus mempercayai produk dari UMKM Peatland Coffee.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan peneliti selanjutnya menambahkan faktor-faktor lain yang juga mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen, karena pada penelitian yang telah dilakukan masih ada 37,3% faktor lain yang belum dibahas pada penelitian ini.