

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan Penelitian

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa *price*, *product quality*, dan *product assortment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* konsumen kopi keliling di Kota Padang, sementara *service quality* tidak berpengaruh terhadap *purchase decision*.

Kesimpulan ini memberikan wawasan penting mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen kopi keliling di Kota Padang dan memberikan rekomendasi bagi pengembangan strategi pemasaran kopi di Kota Padang.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Hasil dari pengujian hipotesis pertama memperlihatkan bahwa variabel *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* konsumen kopi keliling di Kota Padang. Hal ini berarti semakin terjangkau harga kopi keliling bagi konsumen, maka semakin besar niat mereka untuk membeli kopi keliling.
2. Hasil dari pengujian hipotesis kedua memperlihatkan bahwa variabel *service quality* tidak berpengaruh terhadap *purchase decision* konsumen kopi keliling di Kota Padang. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan yang

diberikan penjual kopi keliling tidak cukup kuat untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen kopi keliling di Kota Padang.

3. Hasil dari pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa *variabel product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* konsumen kopi keliling di Kota Padang. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas produk dari kopi keliling tersebut, maka semakin besar niat konsumen untuk membeli kopi keliling.
4. Hasil dari pengujian hipotesis keempat memperlihatkan bahwa variabel *product assortment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* konsumen kopi keliling di Kota Padang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin bervariasi produk yang ditawarkan pada kopi keliling tersebut, maka semakin besar niat konsumen untuk membeli kopi keliling.

Hasil ini memberikan gambaran bahwa faktor price, product quality, dan product assortment memainkan peran penting dalam mendorong keputusan pembelian konsumen kopi keliling di Kota Padang, sementara service quality memiliki pengaruh yang tidak signifikan

5.2 Implikasi Penelitian

1. Implikasi Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan terkait variabel *price*, *service quality*, *product quality*, dan *product assortment* dalam mempengaruhi purchase decision kopi keliling di Kota Padang. Penelitian ini memperkuat teori perilaku konsumen yang

digunakan, serta memberikan pemahaman baru tentang pengaruh berbagai variabel terhadap keputusan pembelian kopi keliling. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berfokus pada kopi keliling atau strategi pemasaran kopi lainnya, dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang relevan dalam mendorong keputusan pembelian konsumen.

2. Implikasi Praktis

Penelitian ini memberikan wawasan bagi penjual kopi keliling mengenai aspek-aspek penting yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen kopi keliling di Kota Padang. Pada variabel *price*, indikator tertinggi menunjukkan bahwa harga terjangkau yang ditawarkan dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk kopi keliling. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen kopi keliling di Kota Padang cenderung lebih sensitive terhadap harga yang terjangkau dan kompetitif. Sebagian besar konsumen kopi keliling merupakan masyarakat dengan beragam latar belakang ekonomi, sehingga harga yang terjangkau menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian. Penetapan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen, tanpa mengorbankan kualitas produk, dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan minat dan loyalitas konsumen

Selain itu harga yang terjangkau juga dapat menjadi daya saing utama bagi pelaku usaha kopi keliling di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat di Kota Padang. Dengan menawarkan harga yang ramah di kantong, pelaku usaha dapat menarik lebih banyak konsumen, terutama dari kalangan mahasiswa, pekerja,

dan masyarakat umum yang mencari alternatif minuman kopi dengan harga terjangkau namun tetap berkualitas. Oleh karena itu, penting bagi penjual kopi keliling untuk melakukan analisis pasar secara berkala guna menetapkan harga yang sesuai dengan preferensi dan kemampuan finansial konsumen di Kota Padang.

Pada variabel *service quality*, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *service quality* tidak berpengaruh terhadap *purchase decision* konsumen kopi keliling di Kota Padang. Temuan penelitian ini menunjukkan *service quality* tidak mampu mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat terhadap kopi keliling di Kota Padang, karena karakteristik bisnis kopi keliling yang lebih mengutamakan kepraktisan dan kecepatan layanan. Konsumen kopi keliling cenderung memprioritaskan faktor-faktor seperti harga, kualitas produk, dan variasi menu dibandingkan dengan kualitas layanan yang diberikan. Hal ini dapat disebabkan oleh pola konsumsi masyarakat yang lebih fokus pada efisiensi waktu dan kemudahan akses dalam membeli kopi keliling, terutama di tengah aktivitas sehari-hari yang padat.

Selain itu, sifat bisnis kopi keliling yang bersifat *mobile* dan *informal* juga mungkin menjadi alasan mengapa *service quality* tidak menjadi faktor penentu utama. Konsumen mungkin tidak memiliki ekspektasi tinggi terhadap layanan yang diberikan, asalkan proses pembelian berlangsung cepat dan produk yang diterima sesuai dengan harapan. Meskipun demikian, temuan ini tidak berarti bahwa pelaku usaha dapat mengabaikan sama sekali aspek layanan. Tetap diperlukan upaya untuk menjaga standar layanan yang memadai, seperti keramahan dalam melayani dan

kecepatan dalam menyajikan pesanan, guna menciptakan pengalaman konsumen yang positif dan mendukung loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Pada variabel *product quality*, penelitian ini menunjukkan bahwa *product quality* berpengaruh terhadap *purchase decision* konsumen kopi keliling di Kota Padang. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi salah satu faktor kunci yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam memutuskan untuk membeli kopi keliling. Konsumen cenderung memilih produk yang memiliki cita rasa yang konsisten, bahan baku yang berkualitas, serta penyajian yang higienis. Hal ini mengindikasikan bahwa pelaku usaha kopi keliling perlu memastikan bahwa setiap produk yang ditawarkan memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh konsumen. Dengan menjaga kualitas produk, pelaku usaha tidak hanya dapat mempertahankan konsumen yang ada, tetapi juga menarik minat konsumen baru yang semakin selektif dalam memilih produk kopi.

Lebih lanjut, kualitas produk yang baik juga dapat membangun citra positif dan kepercayaan konsumen terhadap merek atau usaha kopi keliling tersebut. Konsumen yang merasa puas dengan kualitas produk cenderung akan melakukan pembelian dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan perluasan pasar. Oleh karena itu, pelaku usaha kopi keliling di Kota Padang perlu memperhatikan aspek-aspek seperti pemilihan bahan baku yang berkualitas, proses pembuatan yang higienis, serta konsistensi rasa dalam setiap penyajian. Selain itu, pelaku usaha juga dapat memanfaatkan teknologi atau metode penyajian terkini untuk meningkatkan

kualitas produk, seperti penggunaan mesin kopi yang lebih modern atau Teknik penyeduhan yang lebih baik.

Selain itu, pada variabel *product assortment*, penelitian ini juga menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh positif terhadap *purchase decision* konsumen kopi keliling di Kota Padang. Temuan ini mengindikasikan bahwa konsumen cenderung lebih tertarik pada usaha kopi keliling yang menawarkan beragam pilihan menu, baik dari segi jenis minuman kopi maupun tambahan varian rasa. Hal ini sejalan dengan preferensi konsumen yang semakin dinamis dan menginginkan pengalaman baru dalam menikmati kopi. Dengan menawarkan variasi produk yang menarik, pelaku usaha dapat memenuhi kebutuhan dan selera konsumen yang beragam, sehingga meningkatkan daya tarik bisnis kopi keliling di tengah persaingan yang semakin ketat.

Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha kopi keliling di Kota Padang untuk tidak hanya fokus pada kualitas produk, tetapi juga mengembangkan variasi menu yang inovatif dan sesuai dengan tren terkini. Kombinasi antara kualitas produk yang terjamin, harga yang terjangkau, serta variasi menu yang menarik dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong keputusan pembelian. Selain itu, pelaku usaha juga dapat memanfaatkan umpan baik dari konsumen untuk terus melakukan inovasi dan perbaikan terhadap produk yang ditawarkan, sehingga dapat mempertahankan daya saing bisnis kopi keliling di Kota Padang.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam proses penelitian ini, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa kekurangan dan keterbatasan, di antaranya :

1. Penelitian ini hanya dilakukan di Kota Padang, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasikan ke wilayah lain dengan karakteristik konsumen dan pasar yang berbeda. Faktor budaya, preferensi, dan kebiasaan konsumsi kopi di daerah lain mungkin berbeda, sehingga diperlukan penelitian serupa di lokasi yang lebih luas untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif
2. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 130 responden. Dimana jumlah sampel ini mungkin belum mewakili seluruh populasi konsumen kopi keliling di Kota Padang. Selain itu, karakteristik demografis sampel seperti usia, jenis kelamin, dan latar belakang ekonomi mungkin tidak sepenuhnya merata, sehingga dapat mempengaruhi validitas dan reliabilitas hasil penelitian.
3. Penelitian ini hanya berfokus pada empat variabel, yaitu price, service quality, product quality, dan product assortment. Padahal, terdapat faktor-faktor lain yang mungkin juga mempengaruhi keputusan pembelian, seperti lokasi, penjualan, promosi, atau faktor lingkungan sosial. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel lain untuk mendapatkan analisis yang lebih mendalam.

5.4 Saran Penelitian

1. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan di wilayah yang lebih luas, tidak hanya terbatas di Kota Padang, tetapi juga mencakup kota-kota lain di Sumatera Barat atau bahkan tingkat nasional. Hal ini akan memberikan gambaran yang lebih kompeherensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen kopi keliling di berbagai daerah dengan karakteristik yang berbeda.
2. Disarankan untuk menggunakan sampel yang lebih besar dan lebih beragam dalam hal demografis, seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, dan latar belakang Pendidikan. Hal ini akan meningkatkan representativitas sampel dan memperkuat validitas hasil penelitian
3. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel lain yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian, seperti lokasi penjualan, strategi promosi, pengaruh media sosial, atau faktor lingkungan sosial. Dengan demikian, analisis akan menjadi lebih mendalam dan holistik