

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1.Simpulan

Hasil analisis juga pembahasan yang telah dilaksanakan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, dan fasilitas, bisa menyimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian bahwa Kualitas Pelayanan (X1) menghasilkan koefisien regresi sebesar 0,203 terhadap keputusan pembelian (Y) dan nilai t_{hitung} 2,996 dan t_{tabel} 1,660 dengan tingkat signifikan $0,003 < 0.05$. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil penelitian diperoleh bahwa Lokasi (X2) menghasilkan koefisien regresi sebesar 0,234 terhadap keputusan pembelian (Y) dan nilai t_{hitung} 3,204 dan t_{tabel} 1,660 dengan tingkat signifikan $0,002 < 0.05$. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Hasil penelitian diperoleh bahwa Fasilitas (X3) menghasilkan koefisien regresi sebesar 0,289 terhadap keputusan pembelian(Y) dan nilai t_{hitung} 4,399 dan t_{tabel} 1,660 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0.05$. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2.Saran

Didasarkan dari penelitian diatas bisa menyimpulkan yang telah jelaskan sebelumnya, peningkatan keputusan pembelian konsumen pada kedai kopi berdikari disarankan sebagai berikut:

1. Bagi Kedai Kopi Berdikari
 - a. Kualitas pelayanan, kedai kopi berdikari wajib mengamati mutu karyawan, upaya karyawan meningkatkan kesadaran dan pemahaman pada saat memberikan pelayanan (sesuai permintaan konsumen) selaras dengan misi kedai. Terlihat pada skor jawaban responden

- variabel kualitas pelayanan menunjukkan indikator berwujud (*tangibles*) memiliki nilai terendah dengan pernyataan “Penampilan pegawai kopi berdikari rapih memakai baju bebas” Maka peneliti menyarankan sebaiknya pegawai kedai kopi berdikari perlu memperbaiki kembali penampilannya seperti memakai seragam langsung. Wawancara mengenai keluhan “pelayanan cukup lama tidak menjadi efisien” sebaiknya kedai kopi berdikari membuat produk kopi instant bubuk yang sudah diracik dari pemilik kedai. Manfaatnya kedai bisa mengatasi permasalahan konsumen terkait manajemen waktu dan karyawan mampu melayani dengan konsumen sesuai permintaannya.
- b. Lokasi, lokasi menghasilkan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Untuk menarik perhatian konsumen dalam memutuskan untuk membeli kopi berdikari, Terlihat pada skor jawaban responden variabel lokasi menunjukkan indikator tempat parkir memiliki nilai terendah dengan pernyataan “Kedai kopi berdikari mempunyai tempat parkir luas” ditambah dengan keluhan konsumen pada saat di wawancarai mengatakan “Lahan parkir sempit” maka peneliti menyarankan hendaknya disediakan fasilitas-fasilitas yang mendukung seperti lahan yang cukup luas untuk kendaraan roda dua maupun empat atau bekerjasama dengan penduduk sekitar yang mempunyai lahan luas sehingga dengan cara itu pelanggan merasa puas dan nyaman membeli kopi di kedai berdikari. Bagi perusahaan bisa membuat pelanggan akan merasa aman jika meninggalkan kendaraan tanpa perlu merasa cemas dan ini akan menjadi penilaian dimata konsumen.
- c. Terlihat pada skor jawaban responden variabel fasilitas menunjukkan indikator tata cahaya dan warna memiliki nilai terendah dengan pertanyaan yaitu “Warna cat diruangan memiliki warna yang terang” maka peneliti menyarankan mungkin perlu pemilihan warna yang menyesuaikan desain yang sudah ditetapkan oleh perusahaan seperti

warna gelap dengan meyakinkan konsumen bahwa kedai berdikari sangat cocok dengan perpaduan warna hitam dan putih seperti kedai minimalis. Pada saat wawancara mendapat keluhan mengenai “Minimnya pencahayaan untuk outdoor” tambahan lampu hias saat di outdoor agar konsumen bisa merasakan kepuasan jika ingin mengambil momen bersama keluarga atau teman teman dan dapat dikonfirmasi bahwa kedai tampak mengesankan dimata konsumen. Apabila kedai kopi berdikari memperhatikan fasilitas yang dibutuhkan konsumen atau memperhatikan saran-saran dari konsumen sesuai yang diinginkannya, ini demi kebaikan kedai berdikari dan merubah cara pandang konsumen mengenai fasilitas yang ada menjadi suatu point plus kopi berdikari.

- d. Keputusan pembelian, Terlihat pada skor jawaban responden variabel keputusan pembelian pada indikator kebiasaan dalam membeli produk memiliki nilai terendah dengan pernyataan “Saya sudah biasa membeli produk kopi berdikari” maka peneliti menyarankan jika ingin konsumen terbiasa dalam mengkonsumsi kopi berdikari, maka kopi berdikari perlu membuktikan bahwa produk sesuai dengan kualitas dan keinginan konsumen. Konsumen bisa saja berubah menjadi loyalitas apabila dalam pembelian sekali konsumen merasa puas sesuai permintaannya dan ini cukup bermanfaat karena konsumen percaya terhadap produk yang disediakan oleh kedai kopi berdikari.
- e. Dan saran peneliti bagi kedai Kopi berdikari jika ingin memperkuat keputusan pembelian konsumen, maka difokuskan pada variabel fasilitas karena pengaruh terbesar yaitu ada pada koefisien regresi β_3 fasilitas sebesar 0,289.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Hasil penelitian berikut dimaksudkan sebagai sumber ide dan konsep untuk pengembangan penelitian ini di masa yang akan datang.

- b. Peneliti lain dapat mengembangkan penelitian ini dengan mempelajari karena peneliti hanya mendapatkan data koefisien regresi sebesar 58,7% dari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, sisanya 41,3% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, misalnya faktor promosi, kualitas produk, *word of mouth*, harga, *store atmosphere*, citra merek, citra rasa, meluaskan kekurangan penelitian ini guna memperkaya pengetahuan tentang variabel - variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.