

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab lima, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel Produk secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada J-VA Coffee. Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikansi pada nilai uji $t > 0,05$.
2. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel Harga secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada J-VA Coffee. Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikansi pada nilai uji $t > 0,05$.
3. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel Tempat secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada J-VA Coffee. Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikansi pada nilai uji $t > 0,05$.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan variabel Promosi secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada J-VA Coffee. Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikansi pada nilai uji $t < 0,05$.
5. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel Proses secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada J-VA Coffee. Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikansi pada nilai uji $t > 0,05$.

6. Terdapat pengaruh yang signifikan variabel Orang secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada J-VA Coffee. Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikansi pada nilai uji $t < 0,05$.
7. Terdapat pengaruh yang signifikan variabel Bukti Fisik secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada J-VA Coffee. Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikansi pada nilai uji $t < 0,05$.
8. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Produk, Harga, Tempat, Promosi, Proses, Orang dan Bukti Fisik secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada J-VA Coffee. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi pada nilai uji $F < 0,05$.
9. Diantara variabel Produk, Harga, Tempat, Promosi, Proses, Orang dan Bukti Fisik dapat diketahui bahwa variabel Promosi memiliki pengaruh paling dominan terhadap Keputusan Pembelian pada J-VA Coffee. Hal ini ditunjukkan dari nilai koefisien betanya (*Standardized Coefficients*) paling besar dibandingkan lainnya yaitu 0,333.

B. Saran

Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan hasil yang peneliti temukan adalah sebagai berikut:

1. Produk

Menambah jumlah variasi atau ragam menu khususnya pada menu makanan ringan atau *snacks*. Diharapkan dengan banyaknya variasi yang tersedia dapat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap J-VA Coffee. Selain itu disarankan untuk memberikan tampilan yang berbeda pada setiap

menu makanan yang tersedia sehingga setiap menu makanan memiliki ciri khas tampilan sendiri – sendiri.

2. Harga

Selama kualitas cita rasa disukai oleh konsumen maka harga tidak akan menjadi kendala bagi para konsumen meskipun begitu disarankan J-VA Coffee tetap memperhatikan keterjangkauan harga dibandingkan dengan pesaing sejenis.

3. Tempat

Selalu menjaga kebersihan terutama ketika konsumen telah selesai menggunakan meja maka diharapkan untuk segera dapat dibersihkan sehingga dapat memberikan suasana yang tetap nyaman bagi pengunjung atau konsumen yang berada di J-VA Coffee.

4. Promosi

Disarankan J-VA Coffee untuk terus memberikan promosi – promosi yang menarik berupa potongan harga atau bonus tambahan pada menu – menu tertentu dan menggunakan media sosial seperti instagram untuk mempromosikannya.

5. Proses

Meningkatkan kecepatan dalam penyajian sesuai pesanan yang dilakukan oleh konsumen sehingga tidak membutuhkan waktu yang lama khususnya untuk minuman.

6. Orang

Disarankan untuk terus mempertahankan dan terus meningkatkan apa yang sudah ada seperti profesionalisme pelayanan, sikap dan perhatian karyawan dan kemampuan berkomunikasi dengan karyawan sehingga konsumen merasa di layani dengan baik

7. Bukti Fisik

Disarankan pada para karyawan untuk selalu peduli terhadap kerapihan dan kebersihan penampilan para karyawan J-VA Coffee. Selain itu disarankan untuk secara berkala mengubah atau mengganti tema interior cafe J-VA Coffee.