

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Sikap untuk membeli (*attitude to buy*) berpengaruh negatif namun tidak signifikan pada niat pembelian (*purchase intention*). Hal ini berarti bahwa peningkatan Sikap untuk membeli (*attitude to buy*) tidak diikuti dengan penurunan niat pembelian (*purchase intention*).
2. Norma subjektif pembeli (*subjective norm of the buyer*) berpengaruh positif namun tidak signifikan pada niat pembelian (*purchase intention*). Hal ini berarti bahwa peningkatan sikap untuk membeli (*attitude to buy*) tidak diikuti dengan peningkatan niat pembelian (*purchase intention*).
3. Niat pembelian (*purchase intention*) berpengaruh positif namun tidak signifikan pada keputusan pembelian (*buying decesion*). Hal ini berarti bahwa peningkatan niat pembelian (*purchase intention*) tidak diikuti dengan peningkatan keputusan pembelian (*buying decesion*).
4. Sikap untuk membeli (*attitude to buy*) dan norma subjektif pembeli (*subjective norm of the buyer*) terhadap niat pembelian (*purchase intention*) tidak signifikan kepada keputusan pembelian (*buying decesion*).

5.2 Saran

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

5.2.1 Bagi Perusahaan

Berikut ini saran yang dapat dipakai perusahaan atas dasar hasil penelitian yang dideskripsikan diatas :

1. Hendaknya perusahaan mengevaluasi dan memperhatikan kualitas pelayanan. Sebagaimana yang diharapkan oleh para konsumen, sehingga diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan untuk meningkatkan sikap untuk membeli.
2. Hendaknya perusahaan meningkatkan kualitas produk. Sehingga mampu membuat konsumen menjadi suka berbelanja di kafe Original Coffee 107. Dan diharapkan mampu meningkatkan evaluasi konsumen kearah yang lebih baik untuk meningkatkan sikap untuk membeli.
3. Hendaknya perusahaan melakukan survei terhadap atribut-atribut yang digunakan untuk mengetahui kepercayaan konsumen. Sehingga perusahaan dapat mengerti apa hal-hal yang diharapkan oleh konsumen. Dan diharapkan mampu meningkatkan norma kepercayaan untuk meningkatkan norma subjektif pembeli kearah yang baik.

4. Hendaknya perusahaan melakukan survei tentang hal-hal apa sajakah yang membuat konsumen termotivasi untuk melakukan pembelian. Sehingga perusahaan dapat mengetahui hal-hal yang mampu membuat konsumen termotivasi untuk melakukan pembelian. Dan diharapkan mampu meningkatkan motivasi untuk membeli untuk meningkatkan norma subjektif pembeli kearah yang diharapkan.
5. Hendaknya perusahaan meningkatkan kualitas pelayanan dan produk yang ada. Sehingga membuat konsumen, senang dan mau mendukung segala event yang dibuat perusahaan. Sehingga mampu meningkatkan sikap untuk membeli, dan diharapkan mampu meningkatkan niat pembelian.
6. Hendaknya perusahaan melakukan survei pengaruh lingkungan sosial konsumen terhadap niat pembelian. Sehingga perusahaan dapat mengerti dengan baik lingkungan sosial dari konsumen dan dapat mengatur strategi pemasaran dengan baik. Dan diharapkan mampu meningkatkan norma subjektif pembeli untuk meningkatkan niat pembelian.
7. Hendaknya perusahaan mampu menyediakan pelayanan dan produk yang diharapkan konsumen. Sehingga konsumen akan terdorong untuk melakukan pembelian, mau merekomendasikan perusahaan, dan aktif mengikuti info tentang perusahaan. Dan diharapkan mampu

untuk meningkatkan niat pembelian untuk meningkatkan keputusan pembelian.

5.2.2 Bagi Akademis

Berikut ini saran yang dapat dipakai peneliti selanjutnya atas dasar hasil penelitian yang dideskripsikan diatas :

1. Pada penelitian selanjutnya diharapkan melakukan penelitian di perusahaan yang berbeda. Sebagai pembandingan dari penelitian yang telah dilakukan. Dan penelitian selanjutnya memilih perusahaan yang mempunyai data-data perusahaan yang lengkap.
2. Pada penelitian selanjutnya diharapkan memakai kriteria responden yang lebih bervariasi. Contohnya penghasilan, jarak rumah dengan perusahaan, dan sebagainya. Agar hasil dari penelitian dapat lebih baik dan memudahkan untuk dideskripsikan.
3. Sebaiknya penelitian selanjutnya memakai pertanyaan/indikator lain selain yang diteliti dalam penelitian ini. Agar memudahkan penelitian selanjutnya untuk melihat seberapa besar keputusan pembelian.
4. Penelitian yang akan datang dalam pengambilan data primer tidak hanya dengan kuesioner, perlu dengan observasi lapangan dan wawancara langsung ke responden sehingga hasil analisis yang diperoleh menjadi komprehensif.