

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di atas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Untuk pengujian Hipotesis 1, ditemukan nilai signifikansi sebesar 0.000, yang berarti bahwa lebih kecil daripada $\alpha=0,05$, yang berarti bahwa tolak H_0 dan terima H_1 , yang berarti bahwa terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian konsumen yang pernah mengunjungi Starbucks Coffee Surya Sumantri Bandung. Berdasarkan pengujian tersebut, didapatkan koefisien determinasi sebesar 0,607 yang berarti bahwa produk secara parsial memiliki pengaruh sebesar 60.7% terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Berdasarkan pengujian hipotesis 2, ditemukan nilai signifikansi sebesar 0.000, yang berarti bahwa lebih kecil daripada $\alpha=0,05$, yang berarti bahwa tolak H_0 dan terima H_2 , yang berarti bahwa terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen yang pernah mengunjungi Starbucks Coffee Surya Sumantri Bandung. Didapatkan koefisien determinasi sebesar 0,56 yang berarti bahwa Harga secara parsial memiliki pengaruh sebesar 56.6% terhadap keputusan pembelian konsumen.

3. Berdasarkan pengujian hipotesis 3, ditemukan nilai signifikansi sebesar 0.000, yang berarti bahwa lebih kecil daripada $\alpha=0,05$, yang berarti bahwa tolak H_0 dan terima H_3 , yang berarti bahwa terdapat pengaruh Lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen yang pernah mengunjungi Starbuck Coffee Surya Sumantri Bandung. Didapatkan koefisien determinasi sebesar 0,586, yang berarti bahwa Lokasi secara parsial memiliki pengaruh sebesar 58.6% terhadap keputusan pembelian konsumen.
4. Berdasarkan pengujian hipotesis 4, ditemukan nilai signifikansi sebesar 0.000, yang berarti bahwa lebih kecil daripada $\alpha=0,05$, yang berarti bahwa tolak H_0 dan terima H_4 , yang berarti bahwa terdapat pengaruh Kualitas Layanan terhadap keputusan pembelian konsumen yang pernah mengunjungi Starbuck Coffee Surya Sumantri Bandung, dimana didapatkan koefisien determinasi sebesar 0,612 yang berarti bahwa Kualitas layanan secara parsial memiliki pengaruh sebesar 61.5% terhadap keputusan pembelian konsumen.
5. Berdasarkan hasil perhitungan Hipotesis 5 yang dilakukan, ditemukan nilai signifikansi sebesar 0.000, yang berarti bahwa lebih kecil daripada $\alpha=0,05$, yang berarti bahwa tolak H_0 dan terima H_5 , yang berarti bahwa terdapat Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas layanan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen yang pernah mengunjungi Starbuck Coffee Surya Sumantri Bandung, dengan demikian didapatkan koefisien determinasi sebesar 0,779, yang berarti bahwa Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas layanan secara simultan memiliki pengaruh sebesar 77.9% terhadap keputusan pembelian konsumen.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa baik secara parsial maupun simultan, terdapat pengaruh Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas layanan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, sesuai hipotesis penelitian, maka dalam penelitian ini disimpulkan bahwa hipotesis penelitian dinyatakan diterima (H1) seta besar pengaruh *Variable Independent* terhadap *Variable Independent* sebesar 77,9%.

5.3 Saran

5.3.1 Saran bagi Rekan Akademisi

1. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat melakukan penelitian dengan topik serupa pada *coffee shop* lainnya.
2. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat melakukan penelitian dengan menggunakan jumlah sampel responden yang lebih besar.
3. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat mengembangkan topik penelitian dengan menggunakan variabel-variabel *independent / dependent* lainnya.

5.3.2 Saran bagi Pengelola

Sesuai dengan hasil penelitian, bahwa terdapat pengaruh Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas layanan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen. Untuk itu, perusahaan diharapkan dapat mengembangkan dan meningkatkan tawaran Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas layanan dengan

tujuan untuk dapat mendorong peningkatan keputusan pembelian konsumen pada Starbucks Coffee di kemudian hari. Peneliti mengusulkan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Pengembangan Bauran Produk
 - Memperluas varian produk baik minuman dan makanan yang ditawarkan Starbucks.
 - Menawarkan paket kombinasi minuman dan makanan yang menarik
- b. Merancang penetapan harga yang lebih menarik
 - Mengoptimalkan diskon *member* untuk Starbucks Coffee.
 - Bekerja sama dengan bank tertentu untuk memberikan potongan harga.
- c. Merancang desain *layout* toko/gerai yang menarik
 - Menciptakan suasana/atmosfer toko yang nyaman bagi semua pengunjung.
 - Memberikan fasilitas yang membuat konsumen merasa nyaman melakukan kunjungan, seperti Wi-Fi dan colokan listrik
- d. Meningkatkan Kualitas Layanan
 - Memberikan standarisasi layanan bagi semua karyawan.
 - Memberikan perhatian terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan terhadap konsumen.