

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi usaha terhadap keputusan pembelian pada “Cafe Titik Koma”. Setelah melakukan penyebaran kuesioner, diperoleh hasil untuk menjawab tujuan yang ada dalam penelitian ini. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas pelayanan terhadap variabel keputusan pembelian, diperoleh nilai yang signifikan, yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada “Cafe Titik Koma” kota Jambi.
2. Berdasarkan hasil penelitian variabel lokasi usaha terhadap variabel keputusan pembelian, diperoleh nilai yang signifikan, yang berarti lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada “Cafe Titik Koma” kota Jambi.
3. Berdasarkan hasil Uji SPSS secara simultan, diperoleh hasil uji simultan dengan nilai yang signifikan, yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan lokasi usaha terhadap keputusan pembelian pada “Cafe Titik Koma” kota Jambi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka penulis memberikan saran kepada pihak yang berkaitan maupun pihak lainnya sebagai bahan pertimbangan yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan pada “Cafe Titik Koma” sudah baik, namun, adapun hal yang disarankan kepada “Cafe Titik Koma” untuk lebih ditingkatkan lagi dalam profesionalitas karyawannya dengan cara memberikan pelatihan pelayanan kepada karyawan, guna memberikan pengalaman atau ilmu yang lebih baik. Selain itu karyawan “Cafe Titik Koma” juga perlu meningkatkan kecepatan dalam proses menyajikan pesanan, serta pemilik juga harus melakukan evaluasi rutin terhadap usahanya untuk menjadi lebih baik lagi.
2. Untuk variabel lokasi usaha, indikator yang paling lemah yaitu lahan parkir yang disediakan, terdapat hal yang disarankan agar pihak “Cafe Titik Koma” untuk menyediakan lahan parkir yang lebih luas lagi.
3. Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi usaha terhadap keputusan pembelian pada “Cafe Titik Koma” tergolong baik, pada kondisi ini seharusnya bisa dimanfaatkan oleh “Cafe Titik Koma” untuk menarik pelanggan baru dengan cara menjalin hubungan dengan komunitas-komunitas sosial agar “Cafe Titik Koma” siap menghadapi pesaing dalam hal penjualan, dan menjadi lebih populer di semua kalangan.

