

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis untuk mengetahui adanya pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Qesera Coffee And Park* Bekasi Utara maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat dilihat bahwa Promosi berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Konsumen. Hasil tersebut menjelaskan bahwa adanya Promosi memiliki pengaruh penting dalam meningkatkan minat beli konsumen. Kesimpulan yang di dapat apabila semakin baik promosi yang dilakukan maka minat beli untuk membeli produk juga meningkat, begitu pula sebaliknya.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat dilihat bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Konsumen. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik Kualitas pelayanan maka berdampak pada minat beli yang semakin tinggi, sebaliknya semakin buruk Kualitas pelayanan maka berdampak pada minat beli yang semakin rendah.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat dilihat bahwa Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Konsumen. Kesimpulan dari hasil tersebut menjelaskan bahwa faktor lokasi

memiliki pengaruh penting dalam meningkatkan minat beli konsumen. Dalam pemilihan lokasi usaha perlu mempertimbangkan faktor lingkungan masyarakat, kedekatan dengan konsumen, kedekatan dengan suplier dan dekat dengan fasilitas transportasi umum.

4. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa promosi, kualitas pelayanan, dan lokasi mempengaruhi minat beli yang ingin dilakukan konsumen yaitu sangat penting, sehingga keinginan dalam memutuskan terjadi atau tidaknya pembelian yang masih hanya minatnya saja ini dapat terpenuhi.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Diketahui nilai hasil koefisien determinasi, diperoleh nilai R Square sebesar 0,567. Hal ini menunjukkan bahwa *Qesera Coffee And Park* dipengaruhi sebesar 0,567 atau 56,7% oleh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi. Sedangkan sisanya sebesar 43,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti dan terbatasnya jumlah responden dengan waktu yang singkat.
2. Jumlah responden yang hanya 126 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.

5.3 Saran

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini memiliki kekurangan dan keterbatasan meskipun seperti itu penulis mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait, diantaranya:

1. Bagi perusahaan

a. Untuk Promosi (X1)

Diharapkan *Qesera Coffee And Park* menambah promosi berupa diskon atau voucher untuk konsumen yang sering berkunjung, Promosi tersebut berguna untuk mempertahankan konsumen yang telah ada dan menjaring konsumen baru untuk datang.

b. Untuk Kualitas Pelayanan (X2)

Diharapkan *Qesera Coffee And Park* terus meningkatkan kualitas pelayanannya untuk memberikan kepuasan bagi konsumennya dan berusaha untuk memperbaiki bentuk pelayanannya yang dinilai masih kurang. Hal tersebut dapat terus memuaskan konsumen.

c. Untuk Lokasi (X3)

Diharapkan *Qesera Coffee And Park* memperbesar kawasan parkir atau mencari parkir *alternatif* agar konsumen yang membawa kendaraan roda empat tidak bingung untuk mencari parkir kendaraan mereka saat datang berkunjung.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Subjek penelitian diharapkan tidak hanya untuk Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya saja, namun agar penelitian ini dapat dimanfaatkan secara luas.
- b. Untuk penelitian yang akan datang, diharapkan pada saat meneliti kembali akan meneliti dari variabel lain seperti variabel harga, kualitas produk, atau desain cafe untuk meningkatkan minat beli konsumen berdasarkan penelitian sebelumnya yang menggunakan variabel promosi, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap minat beli konsumen.

