

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diperoleh simpulan dan saran sebagai berikut :

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil pengujian secara parsial variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Identiq coffee*. Kualitas pelayanan yang baik akan membuat perusahaan mendapatkan keuntungan dan menambahnya para konsumen begitupun sebaliknya
2. Hasil pengujian secara parsial persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Identiq coffee*. Jika kualitas harga berpengaruh baik maka keputusan pembelian akan meningkat dan sebaliknya, jika kualitas harga berpengaruh buruk maka keputusan pembelian akan menurun.
3. Hasil pengujian secara parsial lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Identiq coffee*. Lokasi yang strategis sangat menentukan adanya keputusan pembelian.
4. Bahwa hasil pengujian secara simultan variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian *Identiq coffee shop* sebesar 76,5 % dan sisanya sebesar 23,5 % merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### **5.2 Implikasi Manajerial**

Beberapa saran yang dapat peneliti berikan terkait dengan hasil penelitian ini antara lain :

1. Hendaknya kualitas pelayanan yang sudah baik atau cukup untuk lebih ditingkatkan lagi dalam memberikan pelayanan agar konsumen tidak kecewa dengan pelayanan yang diberikan oleh *Identiq coffee shop*. Hal tersebut akan mengakibatkan loyalitas sehingga akan membuat keputusan pembelian dimasa yang akan datang. Dari pihak *Identiq coffee* harus

memperbaiki fasilitas yang nyaman untuk nongkrong dan juga diadakan voucher dan diskon untuk konsumen yang sudah sering berkunjung.

2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar menambah variabel lain yang tidak disertakan pada penelitian ini, seperti kualitas produk, promosi dan loyalitas konsumen yang tidak diikutsertakan pada penelitian ini sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih menyeluruh terkait dengan keputusan pembelian.

