

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah dilakukannya analisis dan pengujian dengan SmartPLS 4.0 dan pembahasan pada bab sebelumnya, didapatkan hasil bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Tuku - Bintaro, sehingga dapat diartikan Kopi Tuku - Bintaro berhasil menciptakan dan mempertahankan citra merek yang baik di mata konsumen. Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa hasil pengujian variabel citra merek memenuhi rumusan masalah dan konsisten dengan hipotesis pertama yaitu citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kopi Tuku – Bintaro.

Selanjutnya adalah variabel kualitas pelayanan. Hasil yang diperoleh menunjukkan bagaimana keputusan pembelian dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas pelayanan Kopi Tuku – Bintaro. Oleh karena itu dapat diartikan bahwa karena pelayanan karyawan yang sangat baik dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, keputusan pembelian Kopi Tuku - Bintaro terkena dampak positif dan signifikan. Temuan ini mengarah pada kesimpulan bahwa kualitas pelayanan memenuhi rumusan masalah dan konsisten dengan hipotesis penelitian kedua yaitu kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kopi Tuku – Bintaro.

Kemudian yang terakhir adalah variabel lokasi. Diperoleh hasil bahwa lokasi memiliki dampak yang menguntungkan dan patut diperhatikan pada keputusan pembelian Kopi Tuku – Bintaro sehingga dapat diartikan bahwa lokasi outlet dari Kopi Tuku – Bintaro berada pada kawasan yang baik. Dari hasil tersebut didapati simpulan bahwa hasil uji dari variabel lokasi telah menjawab rumusan masalah dan sesuai dengan hipotesis penelitian yang ketiga yaitu lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kopi Tuku – Bintaro.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Selama pengerjaan dan penyusunan penelitian ini, peneliti tetap mendapat halangan dan keterbatasan. Berikut adalah halangan dan keterbatasan yang peneliti jumpai:

1. Wilayah yang diteliti hanya sebatas masyarakat yang sedang beraktivitas di daerah Bintaro saja, oleh karena itu hasil pada penelitian ini tidak bisa disamaratakan dengan penelitian kopi tuku di wilayah lain.
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya mencakup tiga variabel yakni variabel citra merek, kualitas pelayanan, dan lokasi yang mana masih belum cukup untuk mengukur serta masih terdapat variabel-variabel lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian Kopi Tuku – Bintaro ini.
3. Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan secara *online* sehingga memerlukan waktu yang lebih lama untuk bisa mengumpulkan jawaban dari pada responden.

5.3 Saran

Saran yang dapat peneliti sampaikan kepada pihak perusahaan dan kepada peneliti lainnya adalah sebagai berikut:

1. Kepada perusahaan tetap perlu memastikan bahwa citra merek yang selama ini telah dibangun untuk selalu dijaga dan ditingkatkan agar menjadi lebih baik lagi. Kemudian untuk kualitas pelayanannya juga harus tetap diperhatikan agar selalu konsisten sehingga menimbulkan rasa puas dan percaya pada setiap konsumennya. Selanjutnya untuk lokasi diharapkan perusahaan dapat lebih memperluas dan memperbanyak lokasi atau outletnya sehingga dapat menjangkau konsumen yang lebih banyak, hal tersebut juga akan lebih membantu serta mempermudah konsumen dalam melakukan keputusannya.
2. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan pengembangan dengan menambahkan variabel-variabel lain seperti

harga, kualitas produk, gaya hidup, dan lain sebagainya yang sekiranya juga memiliki dampak terhadap keputusan pembelian.