

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti mengenai pengaruh *store location* dan *service quality* terhadap keputusan pembelian pada Kopi Salarea, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Store location* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dapat diartikan bahwa *store location* di Kopi Salarea baik sehingga berdampak pada keputusan pembelian di Kopi Salarea yang juga mendapatkan nilai yang baik. *Infrastructure* mendapatkan skor tertinggi pada dimensi *store location* dan *parking* untuk skor terendah dikarenakan konsumen merasakan ketidakmudahan untuk lahan parkir antara parkir mobil dan parkir motor yang disediakan oleh Kopi Salarea.
2. *Service quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dapat diartikan bahwa *service quality* di Kopi Salarea baik sehingga berdampak pada keputusan pembelian di Kopi Salarea yang juga mendapatkan nilai yang baik dari konsumen dan *service quality* lebih berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian jika dibandingkan dengan *store location*. Pada dimensi *service quality empathy* mendapatkan skor tertinggi dan *reliability* untuk skor terendah dikarenakan kurang baiknya pelayanan dalam meminimalisir kesalahan, juga kurang cepatnya dalam penyajian pesanan.
3. *Store location* dan *service quality* Kopi Salarea mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Kopi Salarea. *Service quality* memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pembelian dibandingkan dengan *store location*. Dimensi pemilihan metode/cara pembayaran pada keputusan pembelian mendapatkan skor tertinggi, sedangkan dimensi pemilihan merek pada *store location* mendapatkan skor terendah dikarenakan masih banyak wisatawan diluar Bandung kurang mengetahui merek dari Kopi Salarea.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, saran yang dapat diberikan untuk menjadi masukan bagi Kopi Salarea Bandung yaitu sebagai berikut:

1. Pada variabel *store location*, dimensi *parking* dengan pertanyaan "Kopi Salarea memiliki lahan parkir yang luas" memperoleh skor terendah. Baiknya pengelola Kopi Salarea menambah fasilitas parkir yang lebih efektif, namun lokasi Kopi Salarea berada di lokasi yang sudah tidak bisa menambah lahan parkir karena di sepanjang jalan tersebut terdapat restoran, rumah, dan kantor. Maka dari itu solusi yang bisa dicapai yaitu meningkatkan penjualan secara *online* guna tetap menambah pemasukan pembelian untuk Kopi Salarea itu sendiri, produk bisa di promosikan melalui berbagai aplikasi-aplikasi penjualan *online* dan Kopi Salarea mampu menciptakan produk yang tahan lama guna ketika pengiriman dalam beberapa hari produk tidak rusak atau menurun kualitasnya. Selain itu Kopi Salarea dapat membuka cabang di tempat yang lebih strategis dan luas lahan parkirnya, demi kenyamanan konsumen ketika akan parkir kendaraan mobil ataupun motor.
2. Pada variabel *service quality*, dimensi *reliability* dengan pertanyaan "Melakukan pelayanan secara tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan oleh pelayan Kopi Salarea kepada pelanggan" memiliki skor paling rendah. Peneliti menyarankan Kopi Salarea untuk memperbaiki kecekatan karyawan dalam bekerja dan juga sistem pelayanan sebaiknya Kopi Salarea lebih melatih lagi karyawannya sehingga dapat lebih peka dalam melayani konsumen dengan lebih cepat, contohnya di dalam proses pemberian menu kepada konsumen, dan lain sebagainya. Selain adanya pelatihan peneliti menyarankan diterapkan pulanya adanya sistem *review* setiap bulan atau setiap tahun untuk menilai apakah karyawan sudah sesuai dengan ekspektasi baik sehingga karyawan dapat lebih cepat dan lebih baik lagi dalam melayani konsumen. Kemudian perlunya penambahan sumber daya manusia agar karyawan Kopi Salarea dapat melayani lebih cepat dan optimal.
3. Pada variabel keputusan pembelian, dimensi pemilihan merek dengan pertanyaan "Melakukan pembelian karena adanya pengaruh kepopuleran nama

Kopi Salarea di masyarakat” mendapatkan skor terendah, saran dari peneliti yaitu lebih gencarnya dalam melakukan kerja sama dengan komunitas motor/mobil sebagai wadah tempat berkumpul dengan seperti itu Kopi Salarea dapat meningkatkan nama lebih luas sekaligus menguntungkan, tak hanya itu kegiatan yang bisa dilakukan untuk meningkatkan *branding* dari Kopi Salarea sendiri bisa dengan kolaborasi dengan para *influencer* di Bandung, peneliti pikir *exposure* yang bisa dihasilkan oleh para *influencer* tersebut cukup besar, karena dalam sekali *endorsement* mereka bisa memposting di berbagai *platform* media sosial diantaranya *instagram*, *tiktok*, dan *youtube shorts*. Kemudian Kopi Salarea juga perlu menciptakan inovasi lebih lanjut mengenai tampilan makanan dan minuman yang menarik untuk meningkatkan keputusan pembelian, dengan cara menciptakan paduan warna makanan atau minuman dengan tampilan yang menarik dan tetap mengedepankan rasa yang lezat sehingga dapat menggugah selera konsumen. Pentingnya mempunyai ciri khas tersendiri dalam menunya guna menciptakan *branding* yang akan meningkatkan kepopuleran di kalangan masyarakat penikmat *coffee* di Bandung.