

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh Lokasi dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian pada Dolan Kopi Surabaya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Lokasi memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian produk di Dolan Kopi Surabaya. Semakin strategis lokasi suatu usaha, maka semakin tinggi konsumen melakukan keputusan pembelian pada Dolan Kopi Surabaya.
2. *Word of mouth* memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian produk di Dolan Kopi Surabaya. Semakin banyak informasi positif mengenai Dolan Kopi yang didapat oleh konsumen, maka semakin tinggi juga keputusan pembelian pada produk Dolan Kopi Surabaya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka ada beberapa saran yang diberikan untuk dijadikan bahan pertimbangan atau manfaat sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, yaitu sebagai berikut:

1. Dolan Kopi Surabaya dapat menambahkan plang nama sebagai tanda bahwa dilokasi tersebut terdapat kedai kopi.
2. Dolan Kopi Surabaya dapat memanfaatkan peran konsumen untuk membicarakan tentang produk Dolan Kopi dengan cara memberi pengalaman dan kesan yang baik. Hal ini dapat meningkatkan konsumen

dalam menyebarkan informasi tentang Dolan Kopi kepada orang lain atau calon konsumen agar semakin yakin dan tertarik untuk melakukan pembelian di Dolan Kopi Surabaya.

3. Untuk peneliti selanjutnya dapat melaksanakan penelitian lebih dalam lagi dengan menambahkan variabel lain dalam penelitiannya yang berhubungan misalnya kualitas produk, citra merek, *store atmosphere* dan sebagainya.