

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Nilai signifikansi pengaruh citra merek (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $8,640 >$ nilai t tabel $1,985$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Kopi Kenangan BG Junction Mall Surabaya.
2. Nilai signifikansi pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $8,640 >$ nilai t tabel $1,985$, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Kopi Kenangan BG Junction Mall Surabaya.
3. Apabila dilihat secara simultan variabel-variabel bebas yaitu citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Kopi Kenangan. Variabel-variabel bebas yaitu citra merek dan kualitas pelayanan dapat mampu menjelaskan dan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar $53,7\%$ sedangkan sisanya sebesar $46,3\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan tersebut, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan yaitu:

1. Perusahaan PT. Bumi Berkah Boga (Kopi Kenangan) harus konsisten melakukan pengembangan strategi pemasaran, misalnya dengan melakukan riset pasar untuk lebih mengenali target pasar yang sesuai dengan kopi Kenangan dan apa yang konsumen sukai dari minuman kopi kekinian, melakukan inovasi varian produk baru yang unik dan belum dimiliki pesaing sesuai dengan tren yang sedang berlangsung, dan menambah kegiatan promosi dan diskon yang menarik melalui iklan, media sosial, *website*, serta *endorsement* dari *influencer*.
2. Kopi Kenangan hendaknya tetap menjaga kualitas pelayanan, misalnya lebih peduli dan berinteraksi dengan baik kepada pelanggan serta menjaga kebersihan dan kenyamanan gerai Kopi Kenangan BG Junction Malll Surabaya.
3. Penelitian selanjutnya dapat memasukkan variabel-variabel lainnya, misalnya variabel harga, promosi, desain kemasan, cita rasa dan kualitas produk menggunakan metode analisis lainnya.