

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan dapat diambil kesimpulan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Variabel harga (X1) berpengaruh secara tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk minuman kopi Vanko Coffee Surabaya karena memiliki nilai p-value yang menunjukkan nilai signifikansi  $\geq 0,05$
2. Variabel store atmospher (X2) berpengaruh secara tidak signifikan terhadap keputusan Pembelian (Y) produk minuman kopi Vanko Coffee Surabaya karena memiliki nilai P- value yang menunjukan nilai signifikansi  $\geq 0,05$
3. Sedangkan variabel kualitas pelayanan (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk Vanko Coffee Surabaya karena memiliki nilai p-value yang menunjukkan nilai signifikansi  $\leq 0.05$ .

### 5.2. Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan dapat direkomendasikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
  - a. Vanko Coffee Surabaya dapat menyesuaikan dan memaksimalkan store atmosphere *coffee shop* mulai dari *exterior design*, *interior design*, hingga *store layout* agar dapat menarik lebih banyak konsumen dari lebih banyak kalangan dan tidak hanya didominasi oleh konsumen laki-laki, agar dapat menjangkau seluruh konsumen.

- b. Vanko Coffee Shop dapat meningkatkan kualitas layanan staf mereka agar dapat terus membuat konsumen mereka merasa puas.

## 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memilih variabel dan indikator yang lebih relevan lagi untuk meneliti hubungan antara suatu variabel dengan keputusan pembelian. Pertanyaan pada kuesioner juga diharapkan akan lebih spesifik, jelas, dan relevan dengan indikator dari variabel yang akan diteliti agar mendapatkan hasil pengolahan data sesuai dengan yang diharapkan dan dapat menjelaskan pengaruh antar variabel dengan lebih jelas.