

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan untuk membahas mengenai, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *brand image* (X1), fasilitas (X2), harga (X3), kualitas produk (X4), dan kualitas layanan (X5) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di *coffee shop* Convo di Kabupaten Jombang.
2. Variabel *brand image* (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di *coffee shop* Convo di Kabupaten Jombang.
3. Variabel fasilitas (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di *coffee shop* Convo di Kabupaten Jombang.
4. Variabel harga (X3) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di *coffee shop* Convo di Kabupaten Jombang.
5. Variabel kualitas produk (X4) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di *coffee shop* Convo di Kabupaten Jombang.

6. Variabel kualitas layanan (X5) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di *coffee shop* Convo di Kabupaten Jombang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan penelitian, dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi *coffee shop* Convo

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil bahwa variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *coffee shop* Convo yaitu *brand image*, fasilitas, kualitas produk, dan kualitas layanan. Sementara variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, *coffee shop* Convo diharapkan tetap mempertahankan pencapaian serta meningkatkan kualitas produk dan layanan yang dimiliki dengan tetap melakukan evaluasi dan penerapan strategi sesuai dengan hasil evaluasi dan perkembangan tren yang ada. Dengan begitu, pelanggan akan merasa puas dan loyal terhadap *coffee shop* Convo Jombang.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti berikutnya yang berencana melakukan penelitian dengan topik serupa diharapkan dapat mengembangkan beberapa aspek dari penelitian ini, seperti menambahkan beberapa faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian, mengeksplorasi tren kopi, meneliti perbandingan dengan kompetitor lain, dan sebagainya.