

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa

1. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
Kemudian, fasilitas juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga lokasi, fasilitas dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Cafe BBC Marabahan.
2. Lokasi, fasilitas dan harga memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai variabel lokasi, fasilitas, dan harga, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Saran Praktis

Dari segi lokasi, Cafe BBC Marabahan perlu melakukan evaluasi terhadap kemudahan akses, kejelasan petunjuk menuju lokasi, kondisi lingkungan sekitar, ketersediaan transportasi, maupun aspek lain yang berkaitan dengan kemudahan konsumen dalam menjangkau lokasi cafe. Perbaikan pada aspek tersebut diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan dan kemudahan konsumen ketika menggunakan layanan cafe.

Dari segi fasilitas, Cafe BBC Marabahan disarankan melakukan pemeriksaan secara berkala terhadap kondisi, kelengkapan, kebersihan, kenyamanan, dan fungsi fasilitas yang diberikan kepada konsumen. Fasilitas yang sudah tidak layak atau kurang memadai perlu diperbaiki maupun dilengkapi agar dapat mendukung kenyamanan konsumen selama memperoleh pelayanan.

Dari segi harga, Cafe BBC Marabahan perlu mengevaluasi penetapan harga, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas yang diterima, serta perbandingan harga dengan cafe sejenis. Cafe BBC Marabahan juga disarankan memberikan informasi harga secara jelas dan transparan agar konsumen memahami komponen biaya yang harus dibayarkan

2. Saran Akademis

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang diduga dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, seperti kualitas pelayanan, promosi, kepercayaan, pengalaman konsumen, dan kemudahan akses. Penambahan variabel tersebut dapat memberikan penjelasan yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas jumlah dan wilayah responden agar hasil penelitian mempunyai tingkat generalisasi yang lebih baik.