

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang peneliti jelaskan mengenai pengaruh lokasi, promosi dan minat beli terhadap keputusan pembelian pada Pondok Hijau *Coffee Shop*, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel lokasi terhadap minat beli Pondok Hijau *Coffee Shop*.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel promosi terhadap minat beli Pondok Hijau *Coffee Shop*.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel lokasi terhadap keputusan pembelian Pondok Hijau *Coffee Shop*.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel promosi terhadap keputusan pembelian Pondok Hijau *Coffee Shop*.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel minat beli terhadap keputusan pembelian Pondok Hijau *Coffee Shop*.

6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel lokasi dan promosi terhadap minat beli Pondok Hijau *Coffee Shop*.
7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian Pondok Hijau *Coffee Shop*.
8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel lokasi dan promosi terhadap minat beli dan keputusan pembelian Pondok Hijau *Coffee Shop*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Saran yang dapat diberikan penulis untuk Pondok Hijau *Coffee Shop* sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti menyarankan Manajemen dapat memperluas area parkir yang sudah ada, baik dengan memanfaatkan lahan kosong di sekitar lokasi usaha, jika perluasan lahan tidak memungkinkan secara langsung, alternatif

lain adalah menjalin kerja sama dengan pengelola lahan kosong di sekitar (seperti ruko atau tempat ibadah) untuk dijadikan area parkir tambahan selama jam operasional coffee shop. Tambahan kapasitas ini akan memberi kemudahan bagi konsumen dan meningkatkan kenyamanan saat berkunjung.

b. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti menyarankan agar manajemen Pondok Hijau Coffee Shop mengembangkan strategi promosi yang lebih beragam di luar penggunaan media sosial, promosi tidak selalu harus dilakukan secara digital, manajemen Pondok Hijau Coffee Shop dapat memperluas jangkauan promosi dengan cara berkolaborasi dengan komunitas lokal, seperti komunitas kreatif, komunitas olahraga, atau organisasi mahasiswa. Sponsorship acara kecil, penyediaan venue, atau promo khusus peserta event bisa menjadi cara efektif untuk membangun kedekatan dengan konsumen secara langsung.

2. Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan minat beli, keputusan pembelian dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, serta dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya terkait lokasi, promosi, minat beli dan keputusan pembelian. Penulis menyarankan

untuk menambah atau mengganti variabel independen yang digunakan untuk meneliti tentang minat beli dan keputusan pembelian di perusahaan terkait, sebagai contoh yaitu variabel harga, kualitas pelayanan, produk, saluran distribusi, dan citra merek.