

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di rumah makan dan kopi Camar Kawangkoan Sulawesi Utara. Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel lokasi (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan dan Kopi Camar Kawangkoan Sulawesi Utara.
2. Variabel promosi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan dan Kopi Camar Kawangkoan Sulawesi Utara.
3. Variabel kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan dan Kopi Camar Kawangkoan Sulawesi Utara.
4. Hasil koefisien determinasi pada penelitian ini diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 0,771 (77,1%) menunjukkan bahwa variabel lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan memberi sumbangan pengaruh sebesar 77,1% terhadap variabel keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 22,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Pihak rumah makan dan kopi Camar Kawangkoan Sulawesi Utara agar tetap mempertahankan atau memperluas lokasi, terutama lokasi tempat parkir kendaraan konsumen, sehingga konsumen lebih nyaman dan tidak mengalami kesusahan saat berkunjung ke rumah makan dan kopi Camar Kawangkoan Sulawesi Utara.
2. Pihak rumah makan dan kopi Camar Kawangkoan Sulawesi Utara harus melakukan promosi yang lebih gencar baik offline maupun online dalam meningkatkan penjualan, seperti potongan atau diskon bagi pengunjung,
3. Kualitas pelayanan, karyawan dari rumah makan dan kopi Camar Kawangkoan Sulawesi Utara sudah memberikan pelayanan yang baik dan sudah mencakup indikator dari kualitas pelayanan yakni bukti fisik, empati, keandalan, daya tanggap, dan jaminan dan akan lebih baik jika kualitas pelayanan tersebut ditingkatkan, karena berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin bagus kualitas pelayanan yang diberikan maka keputusan pembelian konsumen akan semakin meningkat.
4. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya mengembangkan variabel yang diteliti, sebab tidak menutup kemungkinan bahwa dengan penelitian yang mencakup lebih banyak variabel akan dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih baik.