

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Dari analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini pada bab sebelumnya dari 100 responden konsumen Nyctophily Coffee Semarang, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi pada Nyctophily Coffee Semarang berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian. Korelasi antara promosi dengan keputusan pembelian berada pada kategori kuat. Selain itu, berdasarkan hasil kategorisasi, variabel promosi berada di kategori Baik. Maka dari itu, dapat disimpulkan semakin baik promosi pada Nyctophily Coffee Semarang, maka keputusan pembelian dapat ikut semakin meningkat. Hal penting yang harus diingat pada poin ini adalah responden menganggap frekuensi promosi penjualan yang dilakukan Nyctophily Coffee tidak sering serta iklan-iklan yang disajikan oleh Nyctophily Coffee tidak menarik.
2. Kualitas pelayanan pada Nyctophily Coffee Semarang berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian. Korelasi antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian berada pada kategori kuat. Selain itu, berdasarkan hasil kategorisasi, variabel kualitas pelayanan berada di kategori Baik. Maka dari itu, semakin baik kualitas pelayanan akan meningkatkan kesediaan konsumen dalam untuk memutuskan pembelian pada Nyctophily Coffee Semarang. Hal penting yang harus

diingat pada poin ini adalah responden menganggap fasilitas umum (toilet, mushola, *indoor area*, *outdoor area*) yang disediakan Nyctophily Coffee tidak nyaman serta karyawan Nyctophily Coffee tidak ramah dalam melayani konsumen.

3. Keputusan pembelian pada Nyctophily Coffee Semarang dipengaruhi oleh promosi dan kualitas pelayanan secara simultan. Korelasi hubungan antara promosi dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian terletak pada kategori kuat. Maka dari itu, semakin baik promosi dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian produk Nyctophily Coffee Semarang. Hal penting yang harus diingat pada poin ini adalah responden tidak bersedia untuk merekomendasikan Nyctophily Coffee kepada orang lain dibandingkan *coffee shop* lainnya.

4.2 Saran

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, saran yang diberikan untuk pihak perusahaan dan peneliti selanjutnya, antara lain.

4.2.1 Bagi Perusahaan

Berikut ini merupakan beberapa saran yang perlu diperhatikan oleh pihak perusahaan berdasarkan pada variabel yang terdapat pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil rekapitulasi penilaian responden pada bab sebelumnya, promosi di Nyctophily Coffee Semarang tergolong baik, namun Nyctophily Coffee masih mempunyai beberapa hal yang dapat

ditingkatkan dari nilai butir pertanyaan yang di bawah rata-rata. Saran-saran yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan promosi di Nyctophily Coffee Semarang yaitu pertimbangkan berbagai bentuk promosi seperti diskon, kupon, program loyalitas, perpanjangan durasi promosi, pemberian diskon yang lebih menarik atau produk gratis dengan pembelian tertentu, serta kolaborasi dengan *influencer* atau media lokal. Oleh karena itu, Nyctophily Coffee dapat meningkatkan frekuensi pemberian promosi penjualan, memperpanjang durasi pemberian promosi penjualan, meningkatkan keuntungan penggunaan promosi penjualan bagi konsumen, memperbanyak variasi penggunaan media untuk mengiklankan merek dan produk, serta meningkatkan daya tarik iklan yang disajikan.

2. Berdasarkan hasil rekapitulasi penilaian responden pada bab sebelumnya, kualitas pelayanan di Nyctophily Coffee Semarang tergolong baik, namun Nyctophily Coffee masih mempunyai beberapa hal yang dapat ditingkatkan dari nilai butir pertanyaan yang di bawah rata-rata. Saran-saran yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Nyctophily Coffee Semarang yaitu pertimbangkan untuk mengimplementasikan sistem pemesanan yang lebih terintegrasi, melatih karyawan agar dapat merespon dengan cepat dan efektif, membangun sistem umpan balik yang responsif, melakukan perawatan rutin dan peningkatan fasilitas umum, serta membangun budaya kerja yang menekankan keramahan dan empati. Oleh karena itu,

Nyctophily Coffee meningkatkan keandalan karyawan dalam memberikan pelayanan, meningkatkan keandalan karyawan dalam menanggapi atau membantu ketidaknyamanan atau ketidakpuasan, meningkatkan kenyamanan fasilitas umum, serta meningkatkan keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan.

3. Berdasarkan hasil rekapitulasi penilaian responden pada bab sebelumnya, keputusan pembelian di Nyctophily Coffee Semarang tergolong baik, namun Nyctophily Coffee masih mempunyai satu hal yang dapat ditingkatkan dari nilai butir pertanyaan yang di bawah rata-rata. Saran yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Nyctophily Coffee Semarang yaitu memiliki *Unique Selling Point* (USP) dengan meningkatkan promosi dan kualitas pelayanan agar konsumen tidak terpengaruh untuk memilih kedai kopi lain.

4.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Berikut ini merupakan beberapa saran yang perlu diperhatikan oleh peneliti selanjutnya untuk dapat melakukan penelitian yang lebih baik dan luas, yaitu sebagai berikut.

1. Dalam penelitian selanjutnya, peneliti lainnya dapat menambahkan atau memperbarui variabel lainnya, seperti loyalitas pelanggan, citra merek, dan lainnya. Hal tersebut bertujuan untuk dapat memberikan penjelasan yang lebih spesifik dan memperluas penjelasan terkait variabilitas terhadap variabel-variabel yang terdapat pada penelitian ini.

2. Dalam penelitian selanjutnya, peneliti lainnya dapat melakukan penelitian dengan subjek dan objek penelitian yang lebih luas untuk dapat mengetahui persepsi responden secara luas dan kompleks.
3. Dalam penelitian selanjutnya, peneliti lainnya dapat melakukan penelitian yang berkelanjutan. Hal tersebut bertujuan untuk dapat melihat dan menilai setiap perubahan perilaku responden dari waktu ke waktu.

4.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain:

1. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya. Hal tersebut terjadi karena perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, dan juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.
2. Penelitian ini hanya melakukan pengkajian terhadap pengaruh beberapa bauran promosi terhadap keputusan pembelian, sehingga perlu

dikembangkan penelitian lebih lanjut untuk meneliti bauran promosi lain yang belum dikaji terhadap keputusan pembelian.

3. Kesimpulan yang diambil hanya berdasarkan perolehan analisis data, maka diharapkan adanya penelitian yang lebih lanjut mengenai promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan metode penelitian yang berbeda, sampel yang lebih luas, dan penggunaan instrumen penelitian yang berbeda dan lebih lengkap.