

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada konsumen Barelo Cafe, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan hipotesis yang diajukan bahwa *place* (tempat) di Barelo Cafe Nganjuk sebagai berikut :

1. Pada hasil penelitian ini diketahui bahwa dari 349 responden sebanyak 343 responden (98,3%) menyatakan bahwa *place* di Barelo cafe memperoleh kategori baik, hal ini sesuai dengan melihat besarnya minat responden untuk membeli menu *orange peach tea* karena tempat yang disediakan nyaman dan terletak strategis.
2. Pada analisis data variabel keputusan pembelian diperoleh bahwa dari 349 responden (100%) menyatakan keputusan pembelian pada Barelo Cafe tergolong dalam kategori baik.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *place* berpengaruh terhadap keputusan pembelian menu orange peach tea pada Barelo Cafe. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai uji korelasi *pearson* sebesar 0,648 dan diperoleh nilai signifikan 0,000. Kesimpulannya bahwa nilai korelasi *pearson* berada antara 0,610-0,800. Sehingga diperoleh hubungan antara *place* dengan keputusan pembelian adalah kuat.
4. Variabel X (*place*) secara bersama-sama mempunyai hubungan yang kuat terhadap variabel keputusan pembelian menu *orange peach tea*. Dapat dilihat dari hasil analisis korelasi yang diperoleh hubungan antara variabel X (*place*) terhadap keputusan pembelian (Y) ditunjukkan dengan besarnya nilai R korelasi yaitu 0,648. Dari hasil uji linear sederhana maka dapat dibuat persamaan regresi $Y = 10,218 + 0,527X$. Dan Untuk nilai koefisien determinasi atau R *Square* yang ditunjukkan di atas sebesar 0,420. Dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel *place*

terhadap keputusan pembelian adalah 42%. Sedangkan sisanya (58%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti ingin memberikan saran atau masukan agar dapat dijadikan bahan evaluasi perusahaan maupun bagi peneliti selanjutnya, sebagai berikut:

1. Bagi Barelo Cafe

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada Barelo Cafe Kota Nganjuk bahwa *place* atau tempat di Cafe tersebut memiliki kategori baik dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli menu *orange peach tea*. Maka peneliti mengharapkan agar Barelo Cafe dapat mempertahankan tempat dan menu yang sudah dijalankan, pada menu orange peach tea khususnya dapat di pertahankan dari segi kualitas komposisi hingga rasa sehingga terjamin kualitasnya. Agar pengunjung tetap menggunakan produk yang ditawarkan oleh Barelo Cafe. Perusahaan juga perlu meningkatkan strategi tidak hanya pada tempat atau lokasi yang disediakan, akan tetapi juga pada strategi marketing lainnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi pembelian karena kontribusi *place* atau tempat terhadap keputusan pembelian sebesar 42%. Hal ini berarti masih terdapat variabel lain yang mungkin akan mempengaruhi keputusan pembelian. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan mengambil sampel yang lebih beragam agar menghasilkan penelitian yang lebih baik.