

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini, maka terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan. Nilai positif dilihat dari koefisien regresi yang memiliki nilai positif, yang berarti semakin meningkat nilai kualitas pelayanan maka akan berbanding lurus dengan kenaikan keputusan pembelian. Sedangkan untuk pengaruh signifikan dilihat dari diterimanya (H_a) yang berarti variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Variabel *word of mouth* memiliki nilai pengaruh positif dan signifikan. Nilai positif dilihat dari koefisien regresi yang memiliki nilai positif, yang berarti semakin meningkat nilai *word of mouth* maka akan berbanding lurus dengan keputusan pembelian. Sedangkan untuk pengaruh signifikan dilihat dari diterimanya (H_a) yang berarti variabel *word of mouth* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Secara simultan variabel kualitas pelayanan dan *word of mouth* juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Kafe Potret Medan.

5.2. SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Kafe Potret hendaknya senantiasa menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanannya dengan pembenahan secara manajerial serta pelatihan kompetensi bagi karyawan dan pelayanan serta menekankan kode etika kerja yang harus selalu dilaksanakan dan peningkatan empati dengan lebih memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen. Peningkatan pelayanan sebaiknya dengan peningkatan fasilitas fisik maupun non fisik.
2. Kafe Potret hendaknya memperhatikan iklan (promosi) lewat media *word of mouth* untuk masyarakat luas, karena kurangnya info dan promosi untuk masyarakat. Sehingga hanya masyarakat tertentu yang mengetahui adanya Kafe Potret. Mengadakan *event* atau acara yang dilakukan di Kafe Potret, mengadakan potongan harga (*discount*) ataupun *special price* pada produk-produk tertentu, sehingga dapat memungkinkan peluang untuk Kafe Potret diketahui dan dikunjungi masyarakat luas karena semakin banyaknya ancaman dari luar seperti mulai banyaknya kafe lain yang bermunculan di Kota Medan yang akan meningkatkan persaingan.
3. Bagi peneliti berikutnya yang tertarik meneliti tentang kualitas pelayanan dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian sebaiknya menambah variabel lain seperti kualitas produk, harga, lokasi, dan citra merek sehingga penelitian berikutnya dapat lebih sempurna.