

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan, ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel produk (X1) dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dikatakan bahwa variabel produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap keputusan pembelian Qoffai Kopi Sidikalang
2. Variabel harga (X2) dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dikatakan bahwa variabel harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap keputusan pembelian Qoffai Kopi Sidikalang
3. Variabel tempat (X3) dengan taraf signifikansi $0,054 > 0,05$, maka dikatakan bahwa variabel tempat (X3) tidak berpengaruh positif dan signifikan secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap keputusan pembelian Qoffai Kopi Sidikalang
4. Variabel promosi (X4) dengan taraf signifikansi $0,008 < 0,05$, maka dikatakan bahwa variabel promosi (X4) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap keputusan pembelian Qoffai Kopi Sidikalang.

6.2. Saran

Adapun saran dan masukan yang dapat dilakukan dalam meningkatkan keputusan pembelian Qoffai Kopi Sidikalang adalah

1. Variabel Produk
 - a) Menambah jenis produk Qoffai Kopi Sidikalang yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan
 - b) Memberikan hadiah khusus untuk setiap pelanggan yang berbelanja ulang selama tiga kali di Qoffai Kopi Sidikalang berupa kopi 1 bungkus berukuran 1 kg sebanyak 20 bungkus ketika berbelanja
2. Variabel Harga
 - a) Memberikan diskon berupa potongan harga kepada setiap pelanggan yang berbelanja ulang
3. Variabel Tempat
 - a) Bekerjasama dengan beberapa UMKM berupa cafe, kopi shop untuk meletakkan produk Coffai Kopi Sidikalang