

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya pada bab IV maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil Penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian di *Ghaura Chocolatier & Cafe* TDM Kupang.
2. Hasil Penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa Harga Tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian di *Ghaura Chocolatier & Cafe* TDM Kupang.
3. Hasil Penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian di *Ghaura Chocolatier & cafe* TDM Kupang.

5.2. Implikasi

5.2.1. Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis dari hasil penelitian ini yaitu dapat menjadi bukti empiris yang menjelaskan bahwa pengaruh kualitas pelayanan, harga dan Lokasi terhadap keputusan pembelian di *Ghaura Chocolatier & Cafe* TDM Kupang, sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi kepentingan keilmuan yang kemudian dapat dijadikan sebagai acuan maupun referensi untuk penelitian mendatang. Implikasi teoritis dalam penelitian ini adalah :

1. Hasil penelitian ini terbukti secara teoritis di mana variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Ghaura Chocolatier & Cafe TDM Kupang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rini Apriani pada tahun (2023) dengan berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan pembelian (Studi pada Rumah makan Brilian Bunda Arum kecamatan Bumi Agung Kabupaten kanan)” Menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa uji yang dilakukan sejalan dengan teori Menurut Kotler (2012:681) kualitas pelayanan adalah keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk keputusan pembelian. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan. Salah satu fokus utama bagi Ghaura Chocolatier & Café TDM Kupang adalah pada peningkatan kualitas pelayanan yang memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan, rama, cepat dan efisiensi dapat menjadi faktor penentu dalam keputusan

pembelian karena sudah memenuhi harapan yang diharapkan oleh pelanggan.

2. Hasil penelitian ini terbukti secara teoritis di mana variabel harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Ghaura Chocolatier & Cafe TDM Kupang. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Penelitian terdahulu yang diteliti oleh Nur Indahsari, May Roni pada Tahun 2022 dengan berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi keputusan pembelian (Di kedelai Kopi BE Kalirejo)” Menyimpulkan bahwa Kualitas pelayanan dan harga Tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa uji yang dilakukan sejalan dengan teori Menurut Kotler dan Armstrong (2021:296), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas sebuah barang ataupun jasa yang diberikan. Harga juga merupakan jumlah dari setiap nilai yang dikeluarkan oleh konsumen dalam rangka mendapatkan keuntungan ataupun menggunakan suatu barang atau jasa. Hal ini mengimplikasikan bahwa harga merupakan faktor utama dalam pembentukan keputusan pembelian dimana harga yang ditawarkan oleh Ghaura Chocolatier & Café TDM Kupang terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk yang diperoleh dan sesuai dengan harapan pelanggan.
3. Hasil penelitian ini terbukti secara teoritis di mana variabel Lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di

Ghaura Chocolatier & Cafe TDM Kupang. Penelitian terdahulu yang diteliti oleh Nur Indahsari, May Roni pada Tahun 2022 dengan berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi keputusan pembelian (Di kedelai Kopi BE Kalirejo)” Menyimpulkan bahwa Kualitas pelayanan dan harga Tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Penelitian terdahulu yang diteliti oleh Dan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Rini Apriani pada tahun 2023 dengan berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan pembelian (Studi pada Rumah makan Brilian Bunda Arum kecamatan Bumi Agung Kabupaten kanan)” Menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukan bahwa uji yang dilakukan sejalan dengan teori Menurut Kotler (2022:64) mendefinisikan lokasi sebagai tempat di mana aktivitas perusahaan dilakukan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. pilihan lokasi yang tepat sangat krusial karena secara langsung memengaruhi kemudahan konsumen untuk mendapatkan produk atau Pelayanan.

5.2.2. Implikasi Terapan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka peneliti dapat mengemukakan beberapa hal penting sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan

Berdasarkan hasil analisis pendahuluan dapat diketahui bahwa nilai rata-rata indeks pada variabel kualitas pelayanan dari indikator bukti fisik, empati, kehandalan, cepat tangkap, jaminan dengan nilai indeks indikator terendah terdapat pada indikator kehandala yaitu sebesar 78,11. Oleh karena itu, Ghaura chocolatier & café TDM kupang disarankan untuk menjaga konsistensi kualitas produk dan ketepatan waktu penyajian pesanan untuk setiap pelanggan, serta memastikan semua menu yang tersedia atau memberikan pemberitahuan yang jelas jika ada kekurangan.

2. Harga

Berdasarkan hasil analisis pendahuluan dapat diketahui bahwa nilai rata-rata indeks pada variabel kualitas pelayanan dari indikator pertama yaitu indeksnya keterjangkaun harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, perbandingan harga dengan pesaing dengan nilai indeks indikator terendah terdapat pada indikator perbandingan harga dengan pesaing sebesar 77,32. Oleh karena itu, Ghaura chocolatier & café TDM kupang disarankan untuk melakukan analisis harga produk pesaing di sekitar lokasi TDM Kupang, kemudian menyesuaikan harga produk atau memberikan nilai tambah seperti paket khusus, diskon loyalitas, atau tambahan topping kecil pada produk tertentu agar lebih kompetitif tanpa mengurangi kualitas.

3. Lokasi

Berdasarkan hasil analisis pendahuluan dapat di ketahui bahwa nilai rata-rata indeks pada variabel kualitas pelayanan dari indikator pertama yaitu indeksnya ketersediaan lahan parkir, memiliki tempat yang luas dan mudah dijangkau alat transportasi, lokasi yang strategis dengan nilai indeks terendah terdapat pada indikator ketersediaan lahan parkir sebesar 71,54. Oleh karena itu, Ghaura chocolatier & café TDM kupang disarankan mengoptimalkan ketersediaan lahan parkir, misalnya dengan mengatur zona parkir yang jelas, berkoordinasi dengan pihak manajemen TDM Kupang untuk penggunaan area parkir bersama pada jam sibuk, atau memberikan informasi jelas mengenai area parkir alternatif terdekat beserta petunjuk aksesnya.

4. Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis pendahuluan dapat di ketahui bahwa nilai rata-rata indeks pada variabel kualitas pelayanan dari indikator pertama yaitu indeksnya pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, pelaku pacsa dengan nilai indeks terendah terdapat pada indikator pengenalan masalah kebutuhan sebesar 58,08. Oleh karena itu, Ghaura chocolatier & café TDM kupang disarankan meningkatkan upaya untuk membantu pelanggan mengenali kebutuhan mereka terhadap produk coklat dan hidangan cafe, seperti dengan menyajikan rekomendasi produk yang sesuai dengan suasana hati, acara khusus, atau kebutuhan diet, serta membuat konten promosi yang menjelaskan manfaat atau kegunaan produk secara jelas agar pelanggan lebih mudah mengidentifikasi kebutuhan mereka.