

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis mengenai pengaruh harga, cita rasa dan lokasi terhadap minat beli konsumen pada Kedai Kopi Komunikoffie Cirebon yang telah dibahas serta perhitungan-perhitungan statistik yang dilakukan. Maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $Sig_{hitung} < 0,05$  dengan hal ini maka variabel Harga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Beli Konsumen pada Kedai Kopi Komunikoffie Cirebon. Berdasarkan Tingkat Capaian Responden dapat diketahui bahwa konsumen merasa harga yang ditetapkan oleh Kedai Kopi Komunikoffie sesuai dengan minuman kopi yang disajikan, karena mempunyai nilai TCR sebesar 81,60%, dan nilai terendah terdapat pada dimensi nilai yaitu harga yang di tawarkan terjangkau oleh daya beli pelanggan sebesar 75,00%.
2. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Cita rasa (X2) memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $Sig_{hitung} < 0,05$  dengan hal ini maka variabel Harga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Beli Konsumen pada Kedai Kopi Komunikoffie Cirebon. Berdasarkan Tingkat Capaian Responden dapat diketahui bahwa konsumen merasa cita rasa di Kedai Kopi Komunikoffie memiliki tingkat kekentalan yang pas pada minuman kopi, dengan nilai TCR sebesar 81,40% dan nilai terendah terdapat pada pernyataan memiliki cita rasa yang berbeda dengan Kedai Kopi yang lain, sebesar 75%.
3. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Lokasi (X3) memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $Sig_{hitung} < 0,05$  dengan hal ini

maka variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Kedai Kopi Komunikoffie Cirebon.. Berdasarkan Tingkat Capaian Responden dapat diketahui bahwa konsumen merasa lokasi Kedai Kopi Komunikoffie mudah dicari di internet, dengan nilai TCR sebesar 82,40% dan nilai terendah terdapat pada lokasi dilalui banyak sarana transportasi umum, dengan nilai TCR sebesar 73,80%.

4. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  dan  $Sig_{hitung} (0,00) < 0,05$  dengan hal ini maka Harga (X1), Cita rasa (X2) dan Lokasi (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli konsumen (Y) pada Kedai Kopi Komunikoffie.

## B. Saran

Saran yang dapat diberikan peneliti setelah melakukan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagi Kedai Kopi Komunikoffie harus menekan serendah mungkin *cost* yang keluar tanpa mengurangi kualitas produk agar harga lebih terjangkau oleh konsumen. Harus lebih mengulik bahan dalam pembuatan minuman kopi agar memiliki cita rasa yang khas dan berbeda dengan kedai kopi lainnya. Lebih meningkatkan keamanan disekitar lokasi kedai, seperti memberikan CCTV dan memperkerjakan tukang parker agar konsumen merasa aman ketika berkunjung atau membeli produk di Kedai Kopi Komunikoffie Cirebon. Perlu memperhatikan kualitas produk yaitu terpenting adalah cita rasa kopi yang pas dan konsisten serta memiliki ciri khas tersendiri dan selalu melakukan inovasi-inovasi baru agar pelanggan selalu ingin berkunjung secara terus menerus ke Kedai Kopi Komunikoffie.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan harga, cita rasa, lokasi dan minat beli konsumen agar hasil penelitiannya dapat lebih baik

dan lebih lengkap lagi. Penelitian selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan diri agar segala sesuatunya berjalan lebih baik.

