

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengamatan dan analisa data terhadap pengaruh kualitas pelayan, harga, dan *atmosfer café* terhadap keputusan pembelian pada Nabs *Café* menjelaskan bahwasannya:

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Nabs *Café* dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 2.952 yang mana lebih besar dari t tabel 1.660 dengan nilai signifikansi sebesar 0.034.
2. Harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Nabs *Café* dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 3.942 yang mana lebih besar dari t tabel 1.660 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000.
3. *Atmosfer café* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Nabs *Café* dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 4.606 yang mana lebih besar dari t tabel 1.660 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000.
4. Kualitas pelayanan, harga, dan *atmosfer café* secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Nabs *Café* dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 34.955 yang mana lebih besar dari f tabel 2.699 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000

5.2 Saran

Hasil dari penelitian menjelaskan ketiga variabel sudah cukup merepresentasikan keputusan pembelian oleh konsumen yang ada pada Nabs *Café*, tetapi kontribusinya sebesar 72.3%. Hal ini bisa dijadikan rujukan untuk peneliti selanjutnya untuk memperhatikan variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian sehingga bisa menyempurnakan faktor pengaruh keputusan pembelian secara lebih komprehensif.

Sedangkan untuk pemilik usaha Nabs *Café* nilai signifikansi terkecil yang ditemui pada kualitas pelayanan sebaiknya perlu ditinjau lebih lanjut dikarenakan hal tersebut menjadi sumbangsih sebagai faktor konsumen untuk melakukan pembelian.