

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pada hasil analisis dari pembahasan yang berjudul “Pengaruh *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Diagnosa Coffee di Bekasi” dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh ***Recall*** terhadap Keputusan Pembelian diperoleh hasil penelitian valid dan signifikan H_a diterima H_0 ditolak. Analisis hasil menunjukkan bahwa konsumen mampu mengingat Diagnosa Coffee berdasarkan minuman kopi yang dijual dan tempatnya.
2. Pengaruh ***Recognition*** terhadap Keputusan Pembelian diperoleh hasil penelitian valid dan signifikan H_a diterima H_0 ditolak. Analisis menunjukkan bahwa Diagnosa Coffee berhasil membuat konsumen mengenali mereknya dengan fasilitas yang tersedia yaitu *live music* dan billiard, serta kemasan yang digunakan.
3. Pengaruh ***Purchase*** terhadap Keputusan Pembelian diperoleh hasil penelitian valid dan signifikan H_a diterima H_0 ditolak. Analisis menunjukkan bahwa konsumen menjadikan Diagnosa Coffee sebagai tempat pertama yang akan dituju untuk membeli minuman kopi dan juga konsumen akan untuk melakukan pembelian ulang minuman kopi Diagnosa Coffee dalam waktu dekat.

4. Pengaruh *Consumption* terhadap Keputusan Pembelian diperoleh hasil cukup kuat, penelitian ini valid dan signifikan H_a diterima H_0 ditolak. Analisis menunjukkan bahwa saat konsumen berada di *coffee shop* lain, konsumen dapat mengingat rasa khas minuman kopi Diagnosa Coffee dan juga fasilitas yang tersedia.
5. Pengaruh *Brand Awareness* terhadap **Pilihan Produk** diperoleh hasil penelitian valid dan signifikan H_a diterima H_0 ditolak. Analisis menunjukkan bahwa konsumen memilih Diagnosa Coffee karena memiliki lebih dari satu varian minuman kopi dengan rasa khasnya dan harga minuman kopi yang dijual terjangkau.
6. Pengaruh *Brand Awareness* terhadap **Pilihan Penyalur** diperoleh hasil penelitian valid dan signifikan H_a diterima H_0 ditolak. Analisis menunjukkan bahwa konsumen lebih memilih Diagnosa Coffee karena lokasi yang dekat dari tempat tinggal dan juga minuman kopi yang dijual sesuai dengan apa yang diinginkan para konsumennya. Hal tersebut membuat Diagnosa Coffee dapat mempertahankan loyalitas konsumen.
7. Pengaruh *Brand Awareness* terhadap **Waktu Pembelian** diperoleh hasil penelitian valid dan signifikan H_a diterima H_0 ditolak. Analisis menunjukkan bahwa Diagnosa Coffee berhasil mengetahui waktu pembelian yang dilakukan oleh konsumen yaitu pada waktu hari kerja dan waktu hari libur. Hal tersebut juga dapat mempengaruhi Diagnosa Coffee dalam mengatur penjurannya ke konsumen.

8. Pengaruh *Brand Awareness* terhadap **Jumlah Pembelian** diperoleh hasil penelitian valid dan signifikan H_a diterima H_0 ditolak. Analisis menunjukkan bahwa Diagnosa Coffee mampu mempersiapkan produk minuman kopi dengan jumlah banyak sesuai dengan keinginan konsumen yang berbeda-beda. Hal tersebut membuat konsumen menjadi lebih tertarik dan akan melakukan pembelian dengan jumlah banyak.
9. Pengaruh *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Diagnosa Coffee diperoleh hasil penelitian valid dan signifikan H_a diterima H_0 ditolak. Analisis menunjukkan bahwa konsumen mengambil keputusan pembelian untuk menikmati minuman kopi setelah menyadari bahwa merek Diagnosa Coffee memiliki keunggulan yang dapat membuat konsumen tertarik. Hal tersebut karena Diagnosa Coffee selalu menyediakan sesuai dengan keinginan konsumen yaitu kenyamanan, kualitas kopi terbaik, dan fasilitas yang menarik.

5.2 Saran

Peneliti diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berguna dan bermanfaat untuk kemajuan ilmu pengetahuan, instansi terkait, lembaga, serta pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian tersebut. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, peneliti ingin memberikan saran-saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terkait dengan penelitian ini. Adapun saran-saran yang diajukan peneliti setelah melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan konsumen, Diagnosa Coffee perlu memperkuat *brand awareness* dengan melakukan pemasarannya pada iklan di media sosial serta membagikan foto dan video mengenai minuman kopi dan suasana pada Diagnosa Coffee.
2. Untuk memperkenalkan dan menarik perhatian kepada calon konsumen, sangat perlu bagi Diagnosa Coffee untuk menjadikan sebagai tempat mengadakan suatu acara tertentu.
3. Sebaiknya, menjaga kualitas minuman kopi dan pelayanan pada Diagnosa Coffee juga sangat penting. Hal ini agar konsumen merasa puas nantinya pada saat mengunjungi Diagnosa Coffee dan konsumen akan merekomendasikan kepada orang lain. Tak hanya itu, Diagnosa Coffee akan dengan mudah mendapatkan loyalitas konsumen.