

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan.

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan maka berikut ini dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian ulang pada *Cafe Kinol Bistro N' Poll* di Kota Padang.
2. Kualitas Produk signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Cafe Kinol Bistro N' Poll* di Kota Padang.
3. Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian ulang pada *Cafe Kinol Bistro N' Poll* di Kota Padang.
4. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Cafe Kinol Bistro N' Poll* di Kota Padang.
5. Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada *Cafe Kinol Bistro N' Poll* di Kota Padang.
6. Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Cafe Kinol Bistro N' Poll* di Kota Padang.
7. Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada *Cafe Kinol Bistro N' Poll* di kota padang.
8. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai pemediasi pada *Cafe Kinol Bistro N' Poll* di Kota Padang.

9. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai pemediasi pada *Cafe Kinol Bistro N' Poll* di Kota Padang.
10. Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai pemediasi pada *Cafe Kinol Bistro N' Poll* di Kota Padang.

1.2 Implikasi

Berdasarkan penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi sebagai berikut :

Penelitian yang peneliti lakukan ini telah membuktikan teori bahwa Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian ulang pada *Cafe Kinol Bistro N' Poll* di Kota Padang.

1. Menurut penulis, lokasi *Cafe Kinol N' Bistro* di Kota Padang letaknya strategis, hal itu dibuktikan dengan adanya faktor seperti pemilihan lokasi terletak dipinggir jalan yang memudahkan konsumen untuk menemukan lokasi *Cafe Kinol Bistro N' Poll* di Kota Padang. Walaupun demikian, kestrategisan tempat tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang konsumen.
2. Disarankan kepada manajemen *Cafe Kinol Bistro N' Poll* untuk melakukan analisis lebih baik pada lokasi atau *layout*, seperti memperluas area parkir tujuannya agar konsumen lebih mudah mengakses *cafe* dan leluasa memarkirkan kendaraan mereka sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian ulang konsumen.

1.2 Saran-saran.

1. Peneliti yang akan datang dapat mereplikasi model penelitian ini dan selanjutnya diujikan pada konsumen *Cafe Kinol Bistro N' Poll* lain.

2. Penelitian berikutnya juga dapat mengembangkan model penelitian ini dengan mempertimbangkan atau menambahkan variabel lain yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Ulang.