BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada penelitian yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Siete Café Bandung**", maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli berdasarkan hasil pengujian secara parsial, terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen Siete Café Bandung.
2. Pengaruh promosi terhadap minat beli berdasarkan hasil pengujian secara parsial, terdapat pengaruh antara promosi terhadap minat beli konsumen Siete Café Bandung.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat beli konsumen Siete Cafe Bandung.

5.2 Saran

Dengan mengamati penelitian yang telah dilakukan, penulis mencoba mengajukan beberapa saran untuk dijadikan bahan untuk masukan bagi owner Siete Cafe untuk meningkatkan penjualan dan menjadikan Siete Cafe menjadi cafe yang berkualitas tidak hanya dari segi pelayanan, namun juga promosi yang menjadi daya tarik bagi Siete Cafe, diantaranya:

1. Bagi kualitas pelayanan pelayan Siete Cafe sebenarnya sudah sesuai dengan SOP (*Standard Operating Procedures*) yang diterapkan oleh Siete Café itu sendiri. Namun, Siete Café perlu meninjau kembali baik dari segi penampilan ataupun kinerja dari pelayan tersebut karena secara psikologi para konsumen dapat merasa puas tidak hanya dengan mengandalkan

tempat, cita rasa, harga saja, tetapi dari segi pelayanan pun dapat mempengaruhi minat beli konsumen Siete Cafe.

2. Bagi promosi yang dilakukan oleh Siete Café terdapat tingkat kejenuhan dengan cara promosi yang ada. Memperbaharui situs web, atau sosial media dapat menjadi altenatif sebagai daya tarik bagi Siete Café. Selain itu promosi melalui telemarketing juga harus ditingkatkan agar para konsumen mengetahui informasi atau promo yang sedang diadakan oleh Siete Cafe.