

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Perceived Value* (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention* di kafe *Bat and Arrow* Padang. Hasil penelitian ini menunjukkan semakin tinggi nilai yang diberikan kepada konsumen, maka semakin tinggi keputusan pembelian yang dilakukan konsumen terhadap kafe *Bat and Arrow* ini. Konsumen memandang nilai (*value*) yang diberikan yaitu ketika ada keseimbangan antara kualitas dan harga, dari hasil penelitian secara keseluruhan kualitas dan harga yang ditawarkan oleh kafe *Bat and Arrow* dapat memberikan nilai kepada pengunjungnya.
2. *Green Packaging* (X_2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Purchase Intention* di kafe *Bat and Arrow* Padang. Hasil penelitian ini menunjukkan upaya yang dilakukan oleh kafe *Bat and Arrow* terhadap *Green Packaging* yang diberikan belum mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Dikarenakan mayoritas pengunjung kafe *Bat and Arrow* lebih mengutamakan nilai yang dirasakan dibanding dengan

kemasan yang disajikan dalam bentuk daur ulang atau yang disebut *Green Packaging*.

5.2. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh. Maka ditemukan beberapa implikasi kebijakan yang harus diambil oleh manajemen kafe *Bat and Arrow* agar menciptakan keunggulan kompetitif dengan menjadi perusahaan yang berpusat pada konsumen yang melayani semua segmen dengan menawarkan nilai yang unik untuk masing-masing segmen berdasarkan keunggulan penjualan produk dan pelayanan. Oleh sebab itu, peneliti membuat beberapa bentuk implikasi yang bisa membantu kafe *Bat and Arrow* dalam meningkatkan *Perceived Value*, *Green Packaging*, dan *Purchase Intention* pada konsumen kafe *Bat and Arrow* adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan *Perceived Value* pada konsumen kafe *Bat and Arrow* yaitu dengan cara:
 - a) Manajemen kafe *Bat and Arrow* diharapkan dapat merancang manfaat dari setiap aneka menu yang variatif dan suasana interior, serta berinovasi terhadap jasa dan produk yang sesuai dengan selera dan kebutuhan konsumen masa kini.
 - b) Manajemen kafe *Bat and Arrow* harus lebih fokus memperhatikan metode pelayanan dimana saat ini konsep pelayanan di kafe *Bat and Arrow* yaitu masih seperti pelayanan di kafe lainnya, namun dalam pemesanan agak lebih dipercepat seperti halnya restoran terkenal. Hal ini akan menjadi dampak terhadap kemajuan

kafe *Bat and Arrow* itu sendiri, karena apa saja yang diinginkan oleh pelanggan kafe *Bat and Arrow* dapat tercapai sesuai dengan keinginan pelanggan tersebut.

- c) Manajemen kafe *Bat and Arrow* diharapkan dapat menyajikan menu yang berkualitas namun ramah bagi kantong pengunjung sehingga harga yang dibayarkan sebanding dengan nilai yang didapatkan.

2. Meningkatkan *Green Packaging* pada konsumen kafe *Bat and Arrow* Padang yaitu:

- a) Pihak manajemen kafe *Bat and Arrow* harus berinovasi dalam bentuk kemasan hijau agar bisa mengalihkan rasa dan kualitas yang telah menjadi khas dari produk kafe *Bat and Arrow* itu sendiri. Contoh kemasan pada botol kaca pada beberapa kemasan minuman cepat saji.
- b) Manajemen kafe *Bat and Arrow* diharapkan dapat memberikan variasi pada setiap kemasan dengan tujuan dapat mengedukasikan *green product* dan *Green Packaging* kepada pengunjung untuk menanggapi isu pemanasan global, agar bisa sejalan dengan konsep interior kafe *Bat and Arrow* yang sudah menerapkan teori *go-green*. Karena masih banyak dari setiap pengunjung kafe yang tidak mengetahui konsep dari *Green Packaging* tersebut. Hal ini bisa dilakukan dengan cara mengkampanyekan pentingnya teori *go-green* dalam dunia pemasaran.

c) Manajemen kafe *Bat and Arrow* diharapkan dari setiap kemasan menggunakan bahan yang dapat di daur ulang atau bahan yang dapat digunakan kembali, tanpa mengurangi persepsi pelanggan terhadap kebersihan dari produk tersebut.

3. Meningkatkan *Purchase Intention* pada konsumen kafe *Bat and Arrow* yaitu :

- a) Manajemen kafe *Bat and Arrow* harus membuat pelayanan unggulan yang menyenangkan bagi konsumen, sehingga pelanggan kafe *Bat and Arrow* akan menjadikan kafe *Bat and Arrow* ini sebagai pertimbangan pertama untuk dikunjungi.
- b) Diharapkan pihak manajemen kafe *Bat and Arrow* ini menciptakan metode pelayanan yang unik, dan promosi menarik di kafe *Bat and Arrow*. Salah satunya dengan cara mengadakan *event* untuk penyaluran bakat dan tempat berkumpulnya satu komunitas, sehingga setiap pelanggan yang telah berkunjung ke kafe *Bat and Arrow* akan merekomendasikan kepada orang lain untuk mengunjungi kafe *Bat and Arrow* yang berada di Jalan Batang Arau Kota Padang ini.
- c) Manajemen kafe *Bat and Arrow* diharapkan dapat menghadirkan aneka variasi menu, yang bertujuan agar setiap pelanggan yang pernah berkunjung ke kafe *Bat and Arrow* ini dapat berkunjung kembali diwaktu mendatang.

1.3 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan penelitian yang penulis sampaikan diakhir penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menganalisis variabel *Perceived Value* dan *Green Packaging* jadi disarankan untuk peneliti berikutnya untuk dapat menambah variabel lainnya yang dapat menjelaskan lebih mendalam tentang *Purchase Intention*. Seperti variabel *Purchase Inovation*, *Perceived Quality*, dan banyak lagi variabel yang bisa dijadikan acuan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap *Purchase Intention*.
2. Objek penelitian ini hanyalah konsumen kafe *Bat and Arrow*, disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat mengambil objek penelitian yang lain agar kajian tentang variabel-variabel *Perceived Value*, *Green Packaging* dan *Purchase Intention*. Untuk peneliti selanjutnya agar lebih memperluas objek penelitian agar penelitian yang akan dilakukan memiliki hasil yang lebih bagus, karena akan lebih menguatkan kesadaran responden terhadap variabel yang akan diteliti.

5.4 Saran-Saran

5.4.1 Bagi kafe *Bat and Arrow* Padang.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penulis memberikan beberapa saran kepada pihak kafe *Bat and Arrow* Padang, sebagai berikut:

1. Kafe *Bat and Arrow* diharapkan dapat menerima kesan dan pesan dari konsumen melalui media *online* kafe *Bat and Arrow* atau dari pesan singkat (SMS) agar dapat menjadi masukan untuk manajemen kafe kedepannya. Baik dari segi menu, pelayanan, dan interiorya. Sehingga dapat mengetahui berapa besar pengaruh persepsi nilai dan kemasan yang akan mempengaruhi niat beli

dan niat berkunjung dari kafe *Bat and Arrow*. Karena pelaku bisnis kafe di kota Padang terus semakin bertambah, hal ini dilakukan untuk mengatur strategi apa yang nantinya dilakukan agar kafe *Bat and Arrow* ini tetap menjadi pilihan bagi masyarakat kota Padang.

2. Melakukan inovasi dari berbagai sisi harus dilakukan oleh pihak *Bat and Arrow*, sehingga dapat mempengaruhi niat konsumen untuk berkunjung
3. Untuk lebih mendekatkan diri dengan pelanggan kafe *Bat and Arrow* dapat mengelola akun media sosial seperti *Facebook*, *Instagram* atau *Twitter* yang bisa dilacak oleh beragam kalangan, sehingga menjadi referensi untuk berkunjung. Karena dengan *social media* kafe *Bat and Arrow* dapat mempromosikan jenis produk, interior, dan pelayanannya, sehingga menimbulkan persepsi positif yang berdampak pada niat konsumen untuk berkunjung.

5.4.2 Bagi Peneliti yang Akan Datang.

1. Diharapkan pada penelitian yang akan datang menggunakan variabel lain selain dari variabel yang digunakan pada penelitian ini.
2. Diharapkan pada peneliti yang akan datang dapat mengembangkan objek penelitian pada kafe yang bukan berada di kota Padang saja, namun pada kafe di Sumatera Barat yang banyak dikunjungi oleh para wisatawan asing.