

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan temuan penelitian mengenai Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli di Sunny Coffee & Co dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Komunikasi Interpersonal dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli di Sunny Coffee & Co. Hal ini dibuktikan melalui hasil output SPSS yang menunjukkan dan memperoleh nilai f 14,496 yang mana nilai tersebut lebih besar dari pada f tabel senilai 3.11. Nilai signifikasinya sebesar 0.000 yang mana nilai tersebut kurang dari 0.1, sehingga kesimpulannya adalah hipotesis komunikasi interpersonal dan pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Sunny Coffee & Co.
2. Komunikasi Interpersonal dan kualitas pelayanan masing masing secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli di Sunny Coffee & Co. Hal ini dibuktikan melalui hasil nilai hitung t_{X1} sebesar 0.033 dan $X2$ sebesar 0.000 yang mana nilai tersebut lebih kecil dari pada nilai signifikasinya yaitu 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal sebagai variabel ($X1$) dan kualitas pelayanan sebagai variabel ($X2$) memiliki pengaruh parsial secara signifikan terhadap minat beli (Y) di Sunny Coffee & Co.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas komunikasi interpersonal kepada konsumen yang menunjukkan ciri khas dari Sunny Coffee & Co.
2. Melakukan *cross selling* dengan cara menawarkan menu yang berbeda saat konsumen melakukan transaksi.

3. Membuat toilet untuk konsumen agar kebersihan dari toilet dapat dikontrol kebersihannya
4. Memberikan promo atau diskon kepada konsumen setiap 5x melakukan pembelian ulang.

