

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan temuan penelitian mengenai Pengaruh Komunikasi Interpersonal Barista terhadap Keputusan Pembelian Berulang di *Coffee Shop Fill in Blue Jogja*, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Komunikasi Interpersonal Barista berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Berulang *Coffee Shop Fill in Blue Jogja*. Hal ini dibuktikan melalui hasil output SPSS yang menunjukkan dan memperoleh nilai  $f$  27.559 yang mana nilai tersebut lebih besar dari pada  $f$  tabel senilai 3.94. Nilai signifikasinya sebesar 0.000 yang mana nilai tersebut kurang dari 0.1, sehingga kesimpulannya adalah hipotesis komunikasi interpersonal sebagai variabel bebas (X) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian berulang (Y) di coffee shop Fill in Blue Jogja dan hipotesis penelitian ini adalah hipotesis Ha **diterima**.
- 2) Komunikasi Interpersonal Barista berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Berulang *Coffee Shop Fill in Blue Jogja*. Hal ini dibuktikan melalui hasil nilai hitung  $t$  sebesar 5.250 yang mana nilai tersebut lebih besar dari pada nilai signifikasinya yaitu 0.1638 dan lebih besar dari alpha 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal sebagai variabel bebas (X) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian berulang (Y) di coffee shop Fill in Blue Jogja.

#### 5.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan, yaitu :

### 5.2.1 Bagi Peneliti Selanjutnya

- 1) Komunikasi Interpersonal (X) dan Keputusan Pembelian Berulang di *coffee shop* Fill in Blue (Y) merupakan dua variabel yang diteliti pada penelitian ini. Diharapkan melalui penelitian ini, ke depannya dapat ditemukan variabel baru untuk peneliti dalam melakukan penelitian selanjutnya terkhusus untuk yang ingin meneliti variabel mengenai komunikasi interpersonal barista dan Keputusan pembelian berulang.
- 2) Melalui penelitian mengenai Pengaruh Komunikasi Interpersonal Barista terhadap Keputusan Pembelian Berulang di *coffee shop* Fill in Blue Jogja, diharapkan bisa menjadi sumber pelajaran, ilmu pengetahuan tambahan mengenai kajian Ilmu Komunikasi.

### 5.2.2 Bagi *coffee shop* Fill in Blue

Saran dari penelitian ini, diharapkan *coffee shop* Fill in Blue mempertahankan dan juga meningkatkan kualitas komunikasi Interpersonal Barista sehingga semakin banyak masyarakat yang menyukai "nongkrong" bisa lebih terbuka ketika melakukan interaksi berupa komunikasi interpersonal dengan barista.