

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh karakteristik wirausaha dan harga terhadap minat pelanggan untuk berkunjung kembali di kedai Ecofeein Mendalo Darat. Penelitian menggunakan analisis Partial Least Square (PLS), berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Karakteristik wirausaha berpengaruh signifikan terhadap minat pelanggan untuk berkunjung kembali di kedai Ecofeein Mendalo Darat, artinya karakteristik wirausaha yang memiliki kreativitas dan inovasi serta memiliki jiwa kepemimpinan terhadap karyawannya dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk berkunjung dan menjelaskan factor karakteristik wirausaha pada café tersebut termasuk dalam kategori tinggi.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelanggan untuk berkunjung kembali di kedai Ecofeein Mendalo Darat, artinya harga memiliki pengaruh penting dalam meningkatkan minat pelanggan dan harga yang ditawarkan oleh cafe tersebut sesuai dengan manfaat yang diperoleh dan menjelaskan factor harga pada café tersebut termasuk dalam kategori tinggi.
3. Dari kedua variable yang mempengaruhi minat pelanggan untuk berkunjung kembali, variabel yang paling dominan atau yang paling besar pengaruhnya yaitu variable harga, dilihat dari nilai sampel aslinya. Secara keseluruhan variable indikator memiliki hasil akhir rata-rata termasuk dalam kategori tinggi, yang ditunjukkan pada indikator “Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang diperoleh”.

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka saran peneliti dari penelitian yang telah dilakukan yaitu:

1. Dari aspek karakteristik wirausaha sudah pada kategori tinggi, artinya karakteristik wirausaha merupakan salah satu factor yang mempengaruhi minat berkunjung. Semakin tinggi karakteristik wirausaha, maka semakin besar pula minat untuk berkunjung, begitupun sebaliknya semakin rendah karakteristik wirausaha maka semakin sedikit pula minat untuk berkunjung.
2. Dari segi aspek harga sudah dalam kategori tinggi artinya, harga yang ditawarkan oleh café kepada pelanggan dapat dipertahankan atau dinaikkan kembali berdasarkan daya beli konsumen untuk membandingkan harga dengan kualitas yang diberikan.
3. Saran bagi pemilik kafe agar dapat meningkatkan dan memanfaatkan media sosial sebagai strategi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga dapat meningkatkan minat konsumen, ditambahkan pada variabel yang akan diteliti selanjutnya. Variabel tersebut antara lain kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan, selera dan faktor lain yang dapat meningkatkan minat berkunjung kembali.