

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh kualitas produk dan suasana kafe (*cafe atmosphere*) terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi (*Coffee shop*) Kubik Koffie, dapat diambil kesimpulan:

1. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan suasana kafe (*cafe atmosphere*) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi (*Coffee shop*) Kubik Koffie. Hal ini berarti peningkatan kualitas produk dan suasana kafe (*cafe atmosphere*) secara bersama-sama akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada Kubik Koffie.
2. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi (*Coffee shop*) Kubik Koffie. Hal ini berarti kualitas produk bukanlah pertimbangan utama bagi pelanggan Kubik Koffie dalam melakukan keputusan pembelian.
3. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa variabel suasana kafe (*cafe atmosphere*) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi (*Coffee shop*) Kubik Koffie.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan tentang pengaruh kualitas produk dan suasana kafe (*cafe atmosphere*) terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi (*Coffee shop*) Kubik Koffie pada variabel kualitas produk mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kubik Koffie, walaupun kualitas produk bukan menjadi alasan utama konsumen dalam melakukan keputusan pembelian tetapi faktor ini tetap harus diperhatikan dan ditingkatkan oleh manajemen Kubik Koffie untuk lebih mempengaruhi pelanggan dalam melakukan keputusan pembelian. Salah satu indikator yang perlu ditingkatkan oleh manajemen Kubik Koffie adalah dengan menambah variasi dan produk yang unik pada Kubik Koffie.

Pada variabel suasana kafe (*cafe atmosphere*) hal ini harus dipertahankan dan ditingkatkan oleh manajemen Kubik Koffie sebab variabel ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan. Dan terdapat beberapa indikator seperti luas parkir Kubik Koffie, adanya ruangan khusus pramusaji untuk beristirahat, pakaian pramusaji yang sesuai dengan tema yang dimiliki Kubik Koffie, dan kasir Kubik Koffie yang mudah terjangkau dan dekat dengan pintu keluar yang dinilai rendah oleh konsumen dan harus ditingkatkan oleh manajemen Kubik Koffie agar pelanggan menjadi lebih nyaman dalam merasakan suasana kafe pada Kubik Koffie.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian yang peneliti lakukan masih memiliki kelemahan-kelemahan karena adanya keterbatasan yang peneliti temukan dalam penelitian ini. Adapun keterbatasan penelitian yang penulis sampaikan diakhir penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti hanya menganalisis pengaruh dari dua variabel independen yaitu variabel kualitas produk dan suasana kafe (*cafe atmosphere*) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.
2. Objek penelitian yang penulis teliti hanya pada konsumen yang pernah berkunjung ke kedai kopi (*Coffee shop*) Kubik Koffie saja.
3. Masih sedikitnya jumlah responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, sehingga hasil dalam penelitian ini memiliki tingkat akurasi yang tidak kuat.

5.4 Saran

1. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dalam menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada bisnis kedai kopi (*coffee shop*) untuk lebih menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Dalam menganalisis pengaruh kualitas produk dan suasana kafe (*cafe atmosphere*) terhadap keputusan pembelian pada bisnis kedai kopi (*Coffee shop*), diharapkan menambahkan objek lain untuk memperkuat hasil penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan suasana kafe (*cafe atmosphere*) terhadap keputusan pembelian pada bisnis kedai kopi (*Coffee shop*).
3. Dalam menyebarkan kuisisioner, diharapkan untuk mengambil jumlah responden yang cukup besar untuk menghasilkan penelitian yang akurat.

