

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini menggunakan 3 variabel independen (eksogen), yaitu suasana cafe, kualitas pelayanan, dan persepsi harga yang mempengaruhi variabel dependen (endogen) yaitu keputusan pembelian. Data yang tersedia dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner secara *offline* menggunakan *Google Form* dengan bantuan *QR code* kepada 190 orang responden yang memenuhi kriteria penelitian yakni berusia 15-40 tahun, mengetahui informasi cafe Lighthouse, pernah mengunjungi cafe Lighthouse dalam 6 bulan terakhir, serta telah melakukan pembelian pada cafe Lighthouse sekurang-kurangnya 1 kali pembelian. Pengolahan data responden tersebut dilakukan dengan metode *Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS)* dengan *software* pengolahan data menggunakan SmartPLS versi 4.0.

Berdasarkan hasil penelitian dari pengolahan data serta pembahasan dari penelitian ini, maka dapat disimpulkan beberapa hal, antara lain sebagai berikut :

1. Suasana Cafe memiliki pengaruh **positif** dan **signifikan** terhadap keputusan pembelian di cafe Lighthouse Padang, artinya apabila suasana cafe pada cafe Lighthouse Padang meningkat, tingkat keputusan pembelian pada cafe juga akan meningkat.

2. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh **positif** dan **signifikan** terhadap keputusan pembelian di cafe Lighthouse Padang. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan pada cafe Lighthouse maka tingkat keputusan pembelian juga semakin meningkat.
3. Persepsi harga memiliki pengaruh **positif** dan **signifikan** terhadap keputusan pembelian di cafe Lighthouse Padang, artinya apabila persepsi harga pada cafe Lighthouse semakin meningkat, tingkat keputusan pembelian pada cafe juga akan meningkat.

5.2 Impilkasi penelitian

Berdasarkan hasil analisis data penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa implikasi penting bagi pemangku kepentingan terkait. Implikasi penelitian merupakan bagian penting dari penelitian ini karena dapat menunjukkan bagaimana hasil penelitian dapat digunakan dalam konteks yang lebih luas. Berikut ini merupakan implikasi pada penelitian ini, antara lain sebagai berikut :

1. Suasana cafe mempengaruhi variabel keputusan pembelian secara positif dan signifikan. Semakin nyaman suasana yang ditawarkan, semakin tinggi keputusan pembelian konsumen. Kebersihan menjadi faktor utama yang memengaruhi, menciptakan kenyamanan dan citra positif bagi konsumen. Oleh karena itu, Cafe Lighthouse harus mempertahankan kebersihan untuk menciptakan pengalaman positif dan membedakan dari pesaing. Meskipun suhu memiliki pengaruh terendah, kenyamanan suhu tetap penting, terutama di area *outdoor* yang dipengaruhi cuaca. Untuk itu, pengelolaan

suhu yang baik di area *indoor* dan *outdoor* perlu ditingkatkan. Pemilik cafe dapat mempertahankan suasana cafe melalui beberapa langkah seperti meningkatkan desain interior dan eksterior, serta memperhatikan pencahayaan, tata letak, dan musik yang sesuai dengan tema. Dengan mengelola suasana cafe dengan baik, Cafe Lighthouse dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan keputusan pembelian.

2. Kualitas pelayanan mempengaruhi variabel keputusan pembelian secara positif dan signifikan, di mana interaksi positif dengan karyawan dan proses pelayanan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen. Jaminan menjadi faktor dengan pengaruh terbesar, sementara keandalan karyawan mempengaruhi paling sedikit. Jaminan ini sangat penting untuk dipertahankan, karena dapat memberikan rasa aman dan nyaman kepada konsumen, dari segi keamanan parkir yang baik dan jaminan kualitas pelayanan serta komitmen Lighthouse dalam menjaga privasi dan keamanan data pribadi konsumen, yang pada akhirnya mendorong konsumen untuk membuat keputusan pembelian secara positif. Namun, keandalan karyawan dalam penyajian makanan dan minuman yang lebih cepat perlu diperbaiki dengan pelatihan efisiensi dan manajemen waktu. Penerapan sistem manajemen antrian dan koordinasi staf dapat membantu untuk mempercepat pelayanan. Peningkatan kualitas pelayanan bisa dilakukan melalui evaluasi kepuasan pelanggan dan teknologi seperti aplikasi pemesanan atau antrian otomatis untuk mempercepat dan mempermudah proses pelayanan. Dengan

mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan dapat meningkatkan daya tarik, membangun loyalitas pelanggan, dan mendorong keputusan pembelian yang lebih tinggi secara konsisten.

3. Persepsi harga mempengaruhi variabel keputusan pembelian secara positif dan signifikan. Konsumen lebih cenderung membeli ketika harga sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diterima. "Harga produk sesuai dengan kualitas" menjadi faktor utama, sementara "Harga sesuai anggaran" memiliki pengaruh terendah. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan menghargai nilai dari pembelian, yang penting untuk membangun kepercayaan dan loyalitas. Cafe Lighthouse sebaiknya mempertahankan kebijakan harga yang mencerminkan kualitas produk dan memastikan konsistensi kualitas agar pelanggan tetap puas. Selain itu, evaluasi kebijakan harga perlu dilakukan agar lebih bersaing dengan kafe lain, menawarkan harga terjangkau tanpa mengorbankan kualitas. Cafe juga dapat menyesuaikan harga dengan pasar, menampilkan harga secara jelas di menu atau materi promosi, sehingga konsumen merasa nyaman tanpa adanya kekhawatiran akan biaya tersembunyi, dan mengintegrasikan elemen seperti suasana dan pelayanan untuk menciptakan pengalaman holistik. Dengan menerapkan langkah-langkah tersebut, cafe dapat memaksimalkan dampak positif dari persepsi harga terhadap keputusan pembelian, sekaligus membangun loyalitas konsumen dan meningkatkan pendapatan.

5.3 Keterbatasan penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih terdapat keterbatasan dalam melaksanakan penelitian yang menyebabkan adanya ketidaksempurnaan.

Keterbatasan pada penelitian yang dilakukan yaitu :

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada Cafe Lighthouse di Padang.
2. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 190 responden.
3. Penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel independent yaitu suasana cafe, kualitas pelayanan, dan persepsi harga, 1 variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

5.4 Saran Penelitian

Berdasarkan keterbatasan penelitian di atas, peneliti dapat menyarankan beberapa hal untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya di masa yang akan datang, . Saran yang dapat diberikan dan direkomendasikan antara lain sebagai berikut :

1. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian pada objek penelitian maupun cafe lain.
2. Berdasarkan keterbatasan sampel dalam penelitian ini, peneliti selanjutnya dapat memperbanyak jumlah sampel dalam penelitian selanjutnya.
3. Peneliti dapat mengembangkan variabel dalam penelitian ini ataupun menggunakan variabel lainnya untuk penelitian selanjutnya seperti lokasi, digital marketing, *e-wom*, dan *brand image*.