

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image, service quality dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen pada B'lian Resto di Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu purposive sampling dengan sampel sebanyak 100 responden dari konsumen B'lian Resto. Berdasarkan hasil statistik, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Brand Image berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada B'lian Resto di Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus. Hal ini ditunjukkan dengan hasil  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $2,492 > 1,661$  dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang artinya signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa brand image merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian. Jika brand image baik maka konsumen akan lebih percaya terhadap brand image tersebut dan konsumen akan lebih banyak memilih untuk membeli produk dari brand tersebut. Untuk itu, pelaku bisnis perlu membangun brand image yang baik untuk menciptakan persepsi bahwa mereka dipercaya oleh konsumen dan menarik konsumen untuk membeli produk dan layanan mereka.
2. Service Quality tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada B'lian Resto di Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus. Hal ini ditunjukkan dengan hasil  $t_{hitung}$  kurang dari  $t_{tabel}$  yaitu  $0,018 < 1,661$  dengan nilai signifikansi sebesar 0,986 yang artinya signifikansi lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa service quality penting agar konsumen merasa nyaman dan melakukan pembelian ulang. Tetapi dalam penelitian tersebut service quality tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen karena konsumen selalu ingin merasakan pelayanan terbaik saat membeli produk. Konsumen memiliki ekspektasi terhadap nilai produk yang

mereka gunakan sebagai kriteria untuk memperoleh nilai yang tinggi, yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

3. Store Atmosphere berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada B'lian Resti di Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus. Hal ini ditunjukkan dengan hasil  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $6,961 > 1,661$  dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang artinya signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa store atmosphere juga salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan suasana menarik dan unik akan memancing konsumen dengan keinginan berkunjung untuk melakukan pembelian. Suasana restoran dapat mempengaruhi kenikmatan konsumen dalam menikmati hidangan dan menghabiskan waktu di restoran tersebut. Store atmosphere yang nyaman bagi konsumen dalam memilih produk, maka akan menimbulkan keinginan konsumen untuk datang kembali untuk berbelanja.
4. Berdasarkan hasil uji  $f$  yaitu nilai  $f_{hitung}$  lebih besar dari  $f_{tabel}$  yaitu  $38,875 > 2,700$  dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang artinya nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa brand image, service quality dan store atmosphere secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada B'lian Resto di Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus.

## B. Saran

Berdasarkan simpulan di atas untuk penelitian yang akan datang peneliti akan memberikan saran diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi peneliti lain apabila ingin mengambil topik yang sama disarankan menentukan variabel yang lain dari variabel penelitian ini guna untuk menyempurnakan penelitian ini.
2. Bagi peneliti selanjutnya apabila mengambil topik yang sama lebih baik mengambil responden dari restoran lainnya sehingga jumlah responden beragam.
3. Bagi B'lian Resto dapat dijadikan acuan untuk memaksimalkan brand image, service quality dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen serta mampu bersaing dengan restoran-restoran lainnya.