

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data, serta analisis data terkait pengaruh suasana toko, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderating di *coffee shop* Jepara, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Ross Coffee Kalinyamatan. Konsumen akan lebih tertarik dengan suasana toko yang mampu memberikan kenyamanan sehingga akan melakukan pembelian tanpa berfikir panjang. Papan nama kedai kopi yang terlihat jelas, tempat parkir yang luas, musik yang dimainkan mampu membuat konsumen merasa *relax*, pencahayaan di Ross Coffee serta penempatan kasir yang dapat memberikan kemudahan konsumen akan semakin meningkatkan keputusan pembelian.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Ross Coffee Kalinyamatan. Kualitas produk dilihat dari kehandalan produk dalam mempengaruhi cita rasa produk. Standar bahan baku serta komposisi yang digunakan dapat memberikan rasa yang sesuai dengan keinginan konsumen dan bukti nyata kualitas produk yang diberikan kedai dapat meningkatkan keputusan pembelian.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Ross Coffee Kalinyamatan. Pelayanan yang dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan konsumen akan menimbulkan kesan yang positif bagi konsumen sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.
4. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Ross Coffee Kalinyamatan. Apabila harga yang ditetapkan oleh perusahaan sesuai dengan daya beli konsumen, maka konsumen akan tertarik untuk membeli produk tersebut. Harga yang ditetapkan di Ross Coffee dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen karena harga yang ditawarkan cukup terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk.
5. Kepuasan konsumen tidak memoderasi pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian di Ross Coffee Kalinyamatan. Hal tersebut berarti kepuasan atau ketidakpuasan konsumen tidak dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh suasana toko

terhadap keputusan pembelian. Dalam memperkuat pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian bisa dipengaruhi oleh gaya hidup konsumen yang lebih suka menghabiskan waktu luang di luar rumah salah satunya ke *coffee shop*.

6. Kepuasan konsumen tidak memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Ross Coffee Kalinyamatan. Adanya kepuasan atau ketidakpuasan konsumen tidak dapat memperkuat atau memperlemah hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Dalam memperkuat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian bisa saja dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti motivasi.
7. Kepuasan konsumen tidak memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Ross Coffee Kalinyamatan. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen tidak dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Untuk memperkuat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian bisa disebabkan oleh faktor pribadi seperti usia, pekerjaan, situasi ekonomi, dan gaya hidup konsumen.
8. Kepuasan konsumen tidak memoderasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Ross Coffee Kalinyamatan. Variabel kepuasan konsumen tidak dapat memperkuat hubungan harga terhadap keputusan pembelian. Hubungan harga terhadap keputusan pembelian bisa saja diperkuat oleh suasana kedai kopi yang dapat memberikan kenyamanan konsumen sehingga dapat memberikan ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian di Ross Coffee.
- 9.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang berhubungan dengan penelitian kemudian nantinya dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terkait. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan menggunakan variabel lain sehingga dapat memberikan perbedaan dalam penelitian yang diharapkan mampu memberikan pengetahuan lebih banyak terkait dengan variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Bagi pelaku usaha khususnya pemilik kedai Ross Coffee agar selalu meningkatkan faktor-faktor yang dapat meningkatkan keputusan pembelian seperti suasana toko (*store atmosphere*),

kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen. Pemilik harus lebih memperhatikan suasana yang ada pada kedai seperti memainkan musik yang enak didengar agar konsumen merasa *relax* dan nyaman, suhu ruangan yang sejuk, dan memilih pajangan dekorasi yang disesuaikan dengan tema. Selain itu pemilik juga harus terus berkreaitivitas serta berinovasi agar dapat memuaskan konsumen sehingga konsumen akan datang kembali untuk melakukan pembelian.

### C. Penutup

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan hidayah dan ridhoNya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari segi bahasa, penulisan, penelitian, penyajian, sistematika dan juga analisis. Hal tersebut semata-mata merupakan keterbatasan ilmu serta pengetahuan yang penulis miliki. Oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari berbagai pihak agar dapat menjadi lebih baik kedepannya.

Dengan rendah hati penulis mengucapkan terima kasih kepada pembaca dan semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat dan menambah ilmu pengetahuan bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.