

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa :

1. Keragaman produk dan *store atmosphere* secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Mo Kopi Ancaran Kuningan. Artinya ketika sebuah toko menawarkan beragam produk dan menciptakan atmosfer yang menarik, nyaman, dan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen, maka hal ini dapat meningkatkan pengalaman berbelanja secara keseluruhan.
2. Keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Mo Kopi Ancaran Kuningan. Artinya keragaman produk berfungsi sebagai pendorong penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen secara positif.
3. *Store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Mo Kopi Ancaran Kuningan. Artinya *store atmosphere* yang menyenangkan dan menarik secara positif memengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan menciptakan pengalaman berbelanja yang memikat dan memuaskan.

5.2 Saran

Saran yang diajukan berdasarkan hasil penelitian dan analisis data serta nilai angket yang direspon kecil diuraikan sebagai berikut :

1. Mo Kopi Ancaran Kuningan harus memperhatikan porsi makanan/ minuman yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen. Hal tersebut merupakan salah satu bentuk keragaman produk yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk makan/ minum di Mo Kopi Ancaran Kuningan.
2. Aspek dari *store atmosphere* yang harus selalu diperhatikan adalah bentuk bangunan Mo Kopi Ancaran Kuningan menarik konsumen. Bentuk

bangunan ini harus disesuaikan dengan perkembangan teknologi dan jaman yang cenderung berkembang dengan pesat dan cepat berubah. Bangunan yang menarik akan menjadi nilai tambah bagi konsumen untuk memutuskan membeli dan berkunjung di Mo Kopi Ancaran Kuningan.

3. Konsumen akan membeli makanan/ minuman di Mo Kopi Ancaran Kuningan karena produknya berkualitas. Oleh karena itu, pihak Mo Kopi Ancaran Kuningan harus selalu menyajikan dan menjula produknya dengan kualitas yang baik karena mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
4. Bagi peneliti lain yang berminat untuk melanjutkan penelitian ini dapat menambahkan variabel lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dan menambah jumlah sampel penelitian. Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen diantaranya harga dan kualitas produk serta kualitas pelayanan yang diberikan.