

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa :

- a. *Store Atmosphere*, lokasi, dan variasi produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki peran penting dalam mendorong efektifitas proses keputusan pembelian konsumen.
- b. *Store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin menarik *store atmosphere* maka akan mendorong efektifitas proses keputusan pembelian.
- c. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi yang semakin strategis maka akan mendorong efektifitas proses keputusan pembelian.
- d. Variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin bervariasi produk yang ditawarkan, maka akan mendorong efektifitas proses keputusan pembelian.

5.2

5.3 Saran

- a. Onedis Coffee disarankan untuk mengembangkan tampilan luar kafe agar terlihat lebih menarik. Memperbarui bagian depan kafe dengan konsep yang lebih modern dan unik, dekorasi tematik yang bisa menarik agar suasana tetap menarik dan tidak monoton. Selain itu, area luar juga bisa dimanfaatkan sebagai spot foto atau area santai, yang tidak hanya menambah nilai estetika tetapi juga berpotensi meningkatkan daya tarik.
- b. Selain itu, keunggulan lokasi yang strategis perlu dimanfaatkan secara maksimal dengan menyediakan fasilitas parkir yang lebih luas dan

bekerja sama dengan pihak terkait seperti pengelola lalu lintas untuk mengurangi kemacetan di sekitar kafe hal ini dapat membantu meningkatkan kenyamanan konsumen saat berkunjung.

- c. Variasi produk harus terus dikembangkan, dengan menghadirkan menu-menu baru yang inovatif sesuai tren pasar dan memperbaiki plating minuman dan makanan, menggunakan wadah atau gelas yang lebih unik, dengan menambahkan sentuhan dekoratif sederhana agar terlihat lebih menarik secara visual.
- d. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengangkat topik serupa, disarankan untuk menambah variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap keputusan pembelian, seperti harga, kualitas pelayanan, atau promosi, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap. Penelitian selanjutnya juga dapat dilakukan pada objek yang berbeda, seperti *coffee shop* lain atau usaha kuliner lain di wilayah berbeda, agar hasil penelitian lebih bervariasi dan relevan di berbagai kondisi.