

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Simpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan adalah sebagai berikut :

1. Karakteristik konsumen *coffee shop* Scope Coffe berdasarkan usia pada penelitian ini terbanyak adalah responden berjenis kelamin perempuan yang berusia pada rentang usia 20-30 tahun, dengan profesi terbanyak adalah mahasiswa yang mempunyai tingkat pendidikan terakhir SMA/ Sederajat dengan pendapatan <Rp. 1.000.000. Rata –rata kunjungan responden ke *coffee shop* Scope Coffe pada penelitian ini adalah sebanyak 2-3 kali kunjungan.
2. Persepsi responden terhadap variabel cita rasa, promosi melalui media sosial, store atmosphere, kualitas pelayanan, harga, dan keputusan pembelian melalui *scoring* pembobotan memiliki jawaban dengan kategori setuju dengan rentang skala 3,41- 4,20.
3. Berdasarkan hasil pengujian data menggunakan aplikasi Smart PLS 4.0 diperoleh hasil yaitu pengaruh langsung variabel promosi melalui media sosial, *store atmosphere* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap harga, cita rasa dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap harga. Pengaruh langsung antara variabel cita rasa, promosi melalui media sosial, *store atmosphere*, kualitas pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengaruh tidak langsung penelitian kali ini dari keempat hipotesis *indirect spesific effect* hanya satu hipotesis saja yang diterima karena memiliki pengaruh positif dan

signifikan yaitu kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui harga sebagai variabel *intervening*.

## 5.2. Saran

Hasil dari penelitian kali ini diharapkan bisa menjadi bahan evaluasi bagi pihak terkait yaitu Scope Coffe untuk memperhatikan aspek-aspek yang ada dalam *coffee shop* tersebut seperti cita rasa, promosi, dan *store atmosphere*, dilihat dari hasil penelitian ini *coffee shop* Scope Coffe perlu banyak hal yang harus dikembangkan dan perlu diperbaiki kembali untuk penambahan volume pengunjung dan penjualan produk serta agar mempertahankan eksistensi Scope Coffe di Kabupaten Tuban. Scope Coffe Tuban juga harus memperhatikan kualitas pelayanan, yang mana kualitas pelayanan dalam penelitian kali ini dapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan harga sebagai variabel mediasi, Scope Coffe harus meningkatkan kualitas pelayanan dengan harga produk yang ditawarkan terjangkau untuk menambah volume penjualan di Coffee Shop tersebut.

Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya dapat menggunakan variabel *intervening* selain harga yang dapat memediasi pengaruh cita rasa, promosi melalui media sosial, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian agar mendapatkan pengaruh yang lebih besar sebagai variabel mediasi antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya, lalu sebaiknya menggunakan teori-teori yang kuat dan ditambah lagi terkait referensi dengan harapan bahwa hasil penelitian selanjutnya menjadi lebih baik.