

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik konsumen yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan di Sehari Sekopi ini meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, rata-rata pendapatan setiap bulan, dan intensitas berkunjung. Karakteristik menurut jenis kelamin didominasi oleh konsumen berjenis kelamin perempuan, usia 15-22 tahun, pekerjaan sebagai pelajar dan mahasiswa, pendapatan <Rp.500.000, dan intensitas berkunjung <3 kali dalam satu bulan terakhir. Selain karakteristik konsumen, didapatkan pula hasil dari motivasi atau alasan konsumen berkunjung ke Sehari Sekopi yaitu karena kualitas produk yang baik.
2. Berdasarkan hasil pengujian data SEM-PLS diperoleh bahwa variabel harga, *store atmosphere*, dan citra merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk di *coffee shop* Sehari Sekopi Sidoarjo.

### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dan dijelaskan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan hasil penelitian ini bisa dipertimbangkan oleh pihak mitra (Sehari Sekopi) untuk dijadikan sebagai acuan pengembangan bisnis.
2. Mengingat motivasi utama konsumen untuk berkunjung ke Sehari Sekopi adalah kualitas produk yang baik, fokus pada pemeliharaan dan peningkatan

kualitas produk harus menjadi prioritas. Dengan menjaga kualitas produk yang konsisten dan meningkatkannya jika perlu, Sehari Sekopi dapat membangun reputasi yang kuat dan mempertahankan basis pelanggan yang loyal.