

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan, berikut adalah kesimpulan dari masing-masing hipotesis yang diuji:

1. *Store atmosphere* memiliki kontribusi terhadap Keputusan pembelian ulang pada kedai kopi Fore di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin menarik dan nyaman *store atmosphere* pada kedai kopi, maka semakin tinggi keinginan konsumen untuk memutuskan berkunjung Kembali ke kedai kopi tersebut.
2. Persepsi harga memiliki kontribusi terhadap keputusan pembelian ulang pada kedai kopi Fore di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkat persepsi konsumen terhadap harga mengakibatkan meningkatnya kecenderungan konsumen untuk memutuskan pembelian ulang.
3. Gaya hidup memiliki kontribusi terhadap Keputusan pembelian pada kedai kopi Fore di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkat gaya hidup seseorang, maka semakin meningkat pula keinginan mereka untuk melakukan aktivitas mereka untuk sosial media mereka, contohnya berkunjung ke kedai kopi yang menarik bagi mereka. Jika kedai kopi tersebut menarik maka mereka akan berkunjung berulang kali

## 5.2 Saran

Berdasarkan masalah yang diangkat dalam penelitian ini dan analisis data yang telah disajikan, berikut beberapa saran yang dapat digunakan sebagai acuan dalam pengambilan Keputusan:

1. Fore diharapkan dapat meningkatkan desain interior yang menarik bagi pelanggan dan kalangan milenial dan Gen Z. Dengan menariknya menambah desain interior yang menarik dan memasukkan musik-musik yang sesuai dengan karakteristik dan suasana kedai dapat meningkatkan kenyamanan bagi konsumen saat berkunjung.
2. Fore diharapkan dapat memiliki strategi harga yang kompetitif, didukung oleh penawaran promosi seperti diskon dan event yang dapat membantu pelanggan merasa mendapatkan nilai lebih dari pembelian mereka. Menyediakan berbagai varian produk dengan rentang harga yang berbeda juga memungkinkan pelanggan memilih sesuai dengan anggaran mereka, sambil tetap merasakan kualitas dan pengalaman yang memuaskan di setiap pilihan.
3. Fore diharapkan memberikan penawaran dan atmosfer kedai yang sedang tren untuk memberikan rasa *interest* gaya hidup konsumen pada kedai kopi Fore di Surabaya. Misalnya, menghadirkan menu-menu inovatif yang sehat dan ramah lingkungan, serta menciptakan suasana kedai yang nyaman dan estetis, akan menarik pelanggan yang mengutamakan Kesehatan, kreativitas, dan pengalaman sosial. Selain itu, aktif berpartisipasi dalam acara komunitas atau mendukung kegiatan yang relevan dengan gaya hidup target pasar, seperti seni

atau olahraga, dapat memperkuat keterhubungan emosional konsumen dengan merek dan mendorong loyalitas.

4. Bagi penulis selanjutnya, disarankan untuk memasukkan variabel tambahan yang dapat mempengaruhi Keputusan pembelian ulang untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik di waktu mendatang. Peneliti menyarankan memasukkan variabel seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, *brand image*, dan lainnya untuk penelitian mendatang. Tetap mengikuti perkembangan penelitian terbaru di bidang pemasaran dan Keputusan pembelian ulang untuk memastikan studi yang dilakukan tetap relevan dan menggunakan teori serta metode terkini.