

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1.Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut :

1. Secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara Keragaman Produk ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keragaman produk, maka keputusan pembelian pelanggan semakin tinggi.
2. Secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara Desain Produk ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat desain produk , keputusan pembelian pelanggan semakin tinggi.
3. Secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara Suasana Toko ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat suasana toko, maka keputusan pembelian pelanggan akan semakin tinggi.
4. Secara simultan, Keragaman Produk, Desain Produk dan Suasana Toko mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Oleh karena itu, sinergi antara ketiga variabel ini akan meningkatkan keputusan pembelian.

#### **5.2.Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, maka peneliti memberikan beberapa saran terhadap Kedai Kopi Daily Coffee sebagai pertimbangan untuk pengambilan keputusan dimasa mendatang adalah sebagai berikut:

1. Pemilik Kedai Kopi Daily Coffee disarankan untuk menambah lini produknya, baik melalui diversifikasi produk maupun diferensiasi produk. Penambahan lini produk ini akan menambah tingkat keragaman produk yang membuat konsumen tertarik untuk melakukan keputusan pembelian.

Hal tersebut nantinya akan berimplikasi pada meningkatnya penjualan Kedai Kopi Daily Coffee.

2. Pemilik Kedai Kopi Daily Coffee disarankan untuk mendesain produknya semenarik mungkin agar menarik pengunjung untuk melakukan pembelian. Pendesainan produk yang dimaksud mencakup dari berbagai aspek, mulai dari kemasan hingga isi dan rasa pada produk yang disajikan di Kedai Kopi Daily Coffee. Dengan demikian, Kedai Kopi Daily Coffee akan meningkatkan penjualannya.
3. Pemiliki Kedai Kopi Daily Coffee disarankan untuk memperkuat Suasana Toko Kedai Kopi Daily Coffee agar menarik *potential customer* untuk melakukan kunjungan ke Kedai Kopi Daily Coffee. Penguatan store atmosphere dapat mencakup kebersihan, intensitas cahaya, *layout*, dan hal lain sebagainya guna memperkuat store atmosphere Kedai Kopi Daily Coffee. Dengan demikian akan banyak calon pembeli yang tertarik untuk mengunjungi Kedai Kopi Daily Coffee.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Buchari. Alma., 2016 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
- Chandrarini, Grahita. 2017. *Metode Riset Akuntansi Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta : Salemba
- Cindy Juwita(2013) Store Atmosphere Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Texas Chicken Multimart Ii Manado *Jurnal EMBA* Vol 1 (3) :
- Cahyani, F. G. 2016. *Jurnal Pemasaran, Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*.
- Esti Wulansari dan Tri Sudarwanto. 2014. Pengaruh Cafe Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pos Shop Coffee Toffee Simpang, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol 2, No. 3.
- Ferdinand, Augusty T. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*, Edisi II, Semarang : BP. Undip
- Ghozali, imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- M.Nur Rianto Al Arif, S.E.,M.Si. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Cv.Alfabeta, Bandung
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016:156): *Marketing Management, 15<sup>th</sup>*
- and Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1 Jakarta : Erlangga. dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ke 18. Bandung. Alfabeta.. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif , dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy (2014). *Pemasaran jasa - Prinsip, penerapan dan penelitian*. Yogyakarta. Andi offset. 55-282.
- Yuniarti, Vinna Sri. *Perilaku Konsumen*. 2015. Bandung : Pustaka Setia

Ziaullah, M., Feng, Y., dan Akhter, S,N. 2014. E-loyalty: The Influence of Product Quality and Delivery Service on E-trust and E-satisfaction in China, *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 3(10), 20-31.

[http//www.akarindonesia.com//](http://www.akarindonesia.com//) Perkembangan Kopi di Indonesia. Diakses 18 Oktober 2018

[http//www.dinaspariwisatabandung.com//](http://www.dinaspariwisatabandung.com//) Jumlah pertumbuhan cafe atau coffee shop. Diakses 18 Oktober 2018

[http//tripadvisor.com//](http://tripadvisor.com//) Rating cafe atau coffee shop di Bandung. Diakses 18 Oktober 2016