

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dari data tentang pengaruh kualitas pelayanan, suasana kedai, *word of mouth* terhadap keputusan pembelian Di Kedai Kopi Seumpama, maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Baik atau tidaknya kualitas pelayanan di di kedai kopi seumpama tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Variabel suasana kedai berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin baik suasana kedai di kedai kopi seumpama berpengaruh terhadap konsumen dalam hal melakukan keputusan pembelian di kedai kopi seumpama.
3. Variabel *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin baik *word of mouth* di kedai kopi seumpama akan berpengaruh terhadap konsumen dalam hal melakukan keputusan pembelian di kedai kopi seumpama.
4. Variabel suasana kedai merupakan variabel yang memiliki kontribusi terbesar dalam menjelaskan keputusan pembelian di kedai kopi seumpama, baru di ikuti oleh variabel *word of mouth*. Variabel suasana kedai berarti bahwa semakin baik suasana kedai di kedai kopi seumpama, maka akan semakin besar pula pengaruhnya terhadap keputusan pembelian dari konsumen. Sementara itu, variabel *word of mouth* berarti bahwa semakin baik *word of mouth* di kedai kopi seumpama, maka akan semakin besar pula pengaruhnya terhadap keputusan pembelian dari konsumen. Oleh karena itu, kedua variabel ini merupakan variabel dominan dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa pengaruh kualitas pelayanan, suasana kedai, *word of mouth* terhadap keputusan pembelian Di Kedai Kopi Seumpama. maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap hasil penelitian sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

- a. Pada hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, namun peneliti berharap untuk perusahaan agar tetap menjaga kualitas pelayanan yang kemungkinan mempunyai pengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan pembelian.
- b. Pada hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui variabel suasana kedai berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, sehingga di harapkan kepada pihak kedai kopi seumpama dapat mempertahankan serta bisa meningkatkan suasana kedai kopi yang nyaman supaya bisa menambah keinginan konsumen dalam hal melakukan keputusan pembelian di kedai kopi seumpama.
- c. Pada hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui variabel *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, sehingga di harapkan kepada pihak kedai kopi seumpama dapat mempertahankan serta bisa meningkatkan kualitas produk dan suasana kedai yang baik sehingga para konsumen dapat menyebarkan *word of mouth* yang positif tentang kedai kopi seumpama.

2. Bagi Penelitian selanjutnya

Pada penelitian ini di ketahui ada dua variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian di kedai kopi seumpama yakni suasana kedai dan *word of mouth*. Peneliti berharap untuk peneliti selanjutnya dapat mencari variabel lainya yang mempengaruhi keputusan pembelian di kedai kopi seumpama.