

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan untuk meninjau pengaruh kualitas produk dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Mixue di Kota Semarang dengan melibatkan 100 responden, maka kesimpulan yang dapat diambil yakni:

1. Pada hipotesis pertama diperoleh hasil bahwa, variabel kualitas produk (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Akan tetapi, terdapat beberapa aspek yang memiliki penilaian di bawah rata-rata yakni pada aspek daya tarik tampilan fisik penyajian produk, konsistensi varian menu dan porsi penyajian produk, serta tingkat keunikan desain kemasan produk. Hal ini berarti bahwa semakin meningkatnya kualitas pada Produk Mixue maka semakin mampu produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang akan berpengaruh pula terhadap meningkatnya keputusan pembelian.
2. Pada hipotesis kedua diperoleh hasil bahwa, variabel *store atmosphere* (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Akan tetapi, terdapat beberapa aspek yang memiliki penilaian di bawah rata-rata yakni pada aspek daya tarik tampilan depan toko, keamanan dan kondusifitas lingkungan, ketersediaan area parkir yang memadai, kapasitas ruang gerak konsumen, kesesuaian tata letak ruangan, pemilihan tema pada desain interior, dan tampilan dekorasi dinding di dalam gerai. Hal ini

menunjukkan bahwa semakin baik *store atmosphere* Gerai Mixue maka akan meningkatkan suasana hati dan menimbulkan kenyamanan konsumen yang akan berpengaruh terhadap meningkatnya keputusan pembelian.

3. Pada hipotesis ketiga diperoleh hasil bahwa, variabel kualitas produk (X1) dan *store atmosphere* (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa melalui peningkatan kualitas produk sekaligus menciptakan *store atmosphere* yang baik dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

#### **4.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, berikut merupakan beberapa saran yang diberikan penulis sehingga dapat berkontribusi untuk pemecahan masalah yang ada:

1. Hasil temuan yang didapat menunjukkan bahwa terdapat item pada variabel kualitas produk yang memperoleh penilaian di bawah rata-rata. Beberapa aspek tersebut dapat digunakan sebagai bahan evaluasi perusahaan, mulai dari menyajikan produk sesuai dengan ketentuan, konsistensi perusahaan dalam menyediakan varian menu serta porsi penyajian yang sesuai standar, serta memperbaiki desain kemasan produk sehingga terlihat lebih menarik.
2. Hasil temuan yang didapat menunjukkan bahwa terdapat item pada variabel *store atmosphere* yang memperoleh penilaian di bawah rata-rata. Oleh karena itu, saran yang dapat diberikan sebagai bahan evaluasi perusahaan yakni, mengatur tata letak ruangan dengan baik, seperti mengatur zonasi ruang dengan

memisahkan area konsumen *dine-in* dan area tunggu untuk konsumen *take away*, menempatkan *point of sale* di area yang mudah dijangkau dan tidak mengganggu lalu lalang konsumen, serta menyusun meja dan kursi untuk konsumen dengan jarak yang cukup sehingga konsumen memiliki privasi dan ruang gerak.

3. Hasil temuan yang didapat menunjukkan bahwa terdapat item pada variabel keputusan pembelian yang memperoleh penilaian di bawah rata-rata. Hal ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi perusahaan, seperti memfokuskan produk agar terus senantiasa sesuai dengan *positioning* yang telah ditetapkan perusahaan.
4. Untuk peneliti berikutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian dengan pembahasan yang lebih mendalam melalui peningkatan jumlah sampel maupun penambahan variabel-variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian, seperti variabel harga dan promosi untuk memperluas hasil penelitian.