

BAB V SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Mixue Cabang Kebumen pada Masyarakat Kebumen dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa adanya variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian Mixue Cabang Kebumen pada Masyarakat Kebumen. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan yang diberikan Mixue Cabang Kebumen dapat meyakinkan konsumen atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sehingga konsumen akan melakukan keputusan pembelian ketika konsumen tersebut merasa puas. Untuk memenuhi harapan konsumen maka diperlukan usaha bagi perusahaan memberikan kualitas layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen meliputi persepsi manajemen atas standart kerja karyawan terhadap pelayanan kepada konsumen. Dengan demikian kualitas pelayanan yang baik akan membuat konsumen cenderung melakukan keputusan pembelian, namun jika kualitas pelayanan yang diberikan jelek maka kemungkinan konsumen tidak akan melakukan keputusan pembelian produk tersebut.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa adanya variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian Mixue Cabang Kebumen pada Masyarakat Kebumen. Hal ini bahwa lokasi merupakan kunci

kesuksesan karena ketika lokasi yang dipilih memiliki lokasi yang strategis maka dapat memudahkan konsumen dalam menemukan lokasi tersebut. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi baru perusahaan. Lokasi adalah tempat beroperasi perusahaan dalam kegiatan untuk menghasilkan suatu keuntungan ekonomi terhadap barang atau jasa yang dijual. Lokasi sangat penting untuk mempermudah konsumen dalam membeli dan menjadikan faktor utama bagi kelangsungan usaha.

3. Hasil analisis menunjukkan bahwa adanya variabel *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian Mixue Cabang Kebumen pada Masyarakat Kebumen. Suasana toko merupakan salah satu bagian yang berpengaruh bagi suatu toko untuk membuat pelanggan merasa nyaman dalam memilih produk yang akan dibelinya. Menghadapi persaingan yang semakin kompetitif, pemasar harus mampu memberikan kenyamanan suasana lingkungan toko, karena keputusan pembelian konsumen bisa datang dari penciptaan suasana toko yang menarik. Suasana toko bertujuan untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen dan dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.
4. Berdasarkan hasil uji simultan diperoleh F_{hitung} sebesar $15,988 > F_{tabel}$ 2,70 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Konsekuensinya adalah H_a diterima. Dengan demikian terbukti bahwa ada pengaruh yang signifikan dari Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan *Store Atmosphere*

secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2. Keterbatasan

Penelitian ini diusahakan semaksimal mungkin dapat memperoleh hasil terbaik, namun pada kenyataannya penulis menyadari jika dalam penelitian yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Mixue Cabang Kebumen masih jauh dari kata sempurna, hal ini terjadi karena masih adanya kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan, oleh karena itu keterbatasan ini perlu diperhatikan untuk penelitian-penelitian selanjutnya, keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, persebarannya menggunakan google form secara online yang dimana memakan waktu lama untuk mendapatkan responden yang dibutuhkan.
2. Penelitian ini hanya terbatas pada variabel kualitas pelayanan, lokasi, dan *store atmosphere*. Diharapkan pada penelitian selanjutnya agar dapat menambah jumlah variabel lain sehingga dapat mengetahui faktor lain yang dapat mempengaruhi faktor keputusan pembelian ulang.
3. Keterbatasan literature hasil penelitian sebelumnya yang masih kurang peneliti dapatkan, sehingga mengakibatkan penelitian ini memiliki banyak kelemahan, baik dari segi hasil penelitian, maupun hasil analisisnya.

5.3. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dikemukakan implikasi secara praktis dan teoritis, yaitu sebagai berikut:

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan atas temuan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya, maka penulis memiliki beberapa saran yang dapat diberikan sebagai masukan bagi pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini antara lain:

1. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mixue Cabang Kebumen pada Masyarakat Kebumen. Oleh karena itu, apabila kualitas pelayanan yang diberikan sesuai harapan konsumen maka dapat dipastikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumennya sudah baik. Maka Mixue Cabang Kebumen harus dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik yang sesuai dengan harapan konsumen agar dapat menarik perhatian dari konsumennya. Pelayanan yang diberikan oleh Mixue Cabang Kebumen dapat menjadi bahan perbandingan pelayanan yang diberikan pada tempat Mixue lainnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik dan semakin bagus dalam pelayanan yang diberikan Mixue Cabang Kebumen, maka semakin besar kemungkinan akan tertarik untuk memilih tempat yang akan dikunjungi.

2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mixue Cabang Kebumen pada Masyarakat Kebumen. Oleh karena itu lokasi merupakan faktor yang sangat penting untuk dipertimbangkan sebelum mendirikan usaha, karena keberhasilan usaha sangat tergantung pada pemilihan lokasi. Dalam hal ini strategi lokasi berperan penting dalam menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian karena konsumen memiliki kepuasan ketika melakukan pembelian. Dalam pemilihan lokasi Mixue Cabang Kebumen sangat strategis yang terletak didekat jalan raya dan memiliki akses parkir yang luas sehingga memudahkan konsumen ketika melakukan pembelian pada Mixue Cabang Kebumen. Ketika Mixue Cabang Kebumen dapat menyediakan tempat dengan kondisi yang selalu nyaman dan bersih terhadap konsumennya.
3. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh variabel *store atmosphere* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mixue Cabang Kebumen pada Masyarakat Kebumen. Oleh karena itu Mixue Cabang Kebumen harus dapat memberikan *store atmosphere* yang sesuai harapan konsumennya, dengan menambah kembali area ruangan yang lebih luas agar konsumennya ketika melakukan pembelian merasa nyaman, karena ketika sesuai yang diharapkan maka

konsumen tersebut akan tertarik untuk berkunjung dan apabila memiliki kepuasan tersendiri maka akan melakukan keputusan pembelian ulang pada Mixue Cabang Kebumen.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan atas temuan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya, maka penulis memiliki beberapa saran yang dapat diberikan sebagai masukan bagi peneliti selanjutnya yaitu sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menjelaskan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh menurut Arianto (2018:83) kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Hal tersebut didukung dalam penelitian yang dilakukan oleh Mila, dkk (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara parsial pada keputusan Pembelian. Hal tersebut didukung juga dalam penelitian yang dilakukan oleh Dwi (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan positif pada keputusan pembelian.

2. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Menurut Heizer & Render (2015) lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi baru perusahaan. Lokasi sangat penting untuk mempermudah konsumen dalam membeli dan menjadikan faktor utama bagi kelangsungan usaha. Lokasi yang strategis akan menarik perhatian pembeli. Hal tersebut didukung dalam penelitian yang dilakukan Renaldy, dkk (2022) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Didukung juga dalam penelitian yang dilakukan oleh Nastiti, dkk (2018) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

3. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa variabel *store atmosphere* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini sejalan dengan teori yang dilakukan oleh Paila (2018:45), banyak orang membentuk kesan suatu tempat sebelum memasuki atau hanya setelah memasuki tempat tersebut. Konsumen bias menilai sebuah tempat sebelum memeriksa barang dagangan dan harga pada tempat tersebut.

Suasa tempat dapat mempengaruhi kenikmatan orang dalam menghabiskan waktu pada tempat tersebut. Hal tersebut didukung dalam penelitian Puji Setya, dkk (2021) yang menyatakan bahwa *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Didukung juga dalam penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Arif (2018) yang menyatakan bahwa *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.