

BAB V **SIMPULAN**

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, *cafe atmosphere*, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada Tuman Coffee Space dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Tuman Coffee Space. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Tuman Coffee Space akan meningkatkan pembelian. Kualitas pelayanan yang diberi karyawan semakin baik, tentunya tingkat keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa *cafe atmosphere* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Tuman Coffee Space. Tuman Coffee Space memberikan keadaan *cafe atmosphere* dengan menarik sehingga menciptakan konsumen agar datang berkunjung dan merasa nyaman saat melakukan transaksi pembelian pada produk yang ditawarkan.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Tuman Coffee Space. Gaya hidup memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian karena mencerminkan nilai, minat, aktivitas, dan kebiasaan konsumen dalam kehidupan sehari-hari. Konsumen cenderung memilih produk atau jasa

yang sesuai dengan identitas dan gaya hidup mereka, baik itu untuk memenuhi kebutuhan praktis maupun memperkuat citra diri.

4. Berdasarkan hasil uji simultan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $31,912 > 2,70$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Konsekuensinya adalah H_a diterima. Dengan demikian terbukti kualitas pelayanan, *cafe atmosphere*, dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh 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, *cafe atmosphere*, dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian Tuman Coffee Space 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 dibatasi pada variabel kualitas pelayanan, *cafe atmosphere*, dan gaya hidup. Diharapkan pada penelitian selanjutnya

agar dapat menambah jumlah variabel lain sehingga dapat mengetahui faktor lain yang dapat mempengaruhi faktor keputusan pembelian.

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 bahwa pengaruh variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, Tuman Coffee Space diharapkan dapat menjaga tingkat kualitas pelayanannya agar para konsumennya tetap mengunjungi kembali pada Tuman Coffee Space untuk membeli produknya. Pelayanan yang dapat ditingkatkan berupa kecepatan barista dalam memenuhi pesanan pembeli, bisa dengan meningkatkan keramahan berupa sikap dalam melayani pembeli. Artinya ketika Tuman Coffee Space dapat memberikan kepuasan tersendiri dari

segi kualitas pelayanannya maka konsumen cenderung akan melakukan pembelian secara berulang.

2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa *cafe atmosphere* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, Tuman Coffee Space dapat menjaga dan meningkatkan keadaan *cafe atmosphere* dengan baik sehingga, pengunjung Tuman Coffee Space mendapatkan rasa nyaman dengan kondisi *cafe* yang baik. Tuman Coffee Space juga dapat menciptakan suasana *cafe* lebih menarik lagi sehingga pengunjung tidak merasa bosan ketika mengunjungi Tuman Coffee Space. Tuman Coffee Space dapat mendesain *interior* yang lebih *instagramable*, bisa dengan penataan tata letak meja yang fleksibel sehingga bisa digunakan untuk acara meeting ataupun santai sendiri.
3. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, Tuman Coffee Space diharapkan dapat mengikuti perkembangan *trend* gaya hidup, karena gaya hidup mencerminkan nilai, preferensi, kebiasaan, dan pola konsumsi individu. Tuman Coffee Space memiliki target pembeli diberbagai kalangan, ketika konsumen berkunjung dengan tujuan untuk memenuhi gaya hidup untuk aktif medsos dengan stok foto ataupun makanan dan minuman yang estetik sehingga konsumen lebih tertarik untuk membeli. Keputusan pembelian sering kali dipengaruhi oleh cara seseorang

ingin memenuhi kebutuhan mereka, menunjukkan identitas mereka, atau menyesuaikan diri dengan *trend* sosial.

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 terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Sunyoto (2018:17) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Serdianti & Maskan (2023); Pratama & Hidayat (2024); dan Hendratmoko & Widuri (2022) yang menunjukkan hasil bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil penelitian ini menjelaskan *Cafe Atmosphere* mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler (2018:65) *cafe atmosphere* merupakan desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan bau untuk merangsang respon perseptual dan emosional pelanggan dan pada akhirnya

mempengaruhi perilaku pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulianti (2023); Arianti & Wulandari (2022); dan Gusteti & Purwanto (2023) yang menunjukkan bahwa *cafe atmosphere* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

3. Hasil penelitian ini menjelaskan Gaya Hidup mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Laksono dan Iskandar (2018:157), gaya hidup adalah sikap seseorang dalam menggambarkan suatu masalah sebenarnya yang ada didalam pikiran seseorang tersebut serta cenderung bergabung dengan berbagai hal terikat dengan masalah psikologis dan emosi atau bisa juga dilihat dari apa yang diminati dan pendapatnya tentang suatu objek. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hendratmoko & Widuri (2022); Gusteti & Purwanto (2023); dan Arianti & Wulandari (2022) yang menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.