

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis terkait permasalahan yang dibahas mengenai pengaruh *Food Quality*, Fasilitas, Variasi Menu terhadap Keputusan Pembelian pada *Cafe Malindo Corner Kebumen*, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Saat ini perkembangan *cafe* di era modern menjadi perhatian banyak kalangan, mulai dari kalangan menengah kebawah, menengah, hingga kalangan menengah keatas. Sehingga *cafe* menjadi tren bisnis yang banyak diminati oleh beberapa generasi karena di era modern sekarang ini banyak anak muda yang sudah mulai mengenal beberapa sosol media, terutama generasi Z.
2. Berdasarkan data responden dari hasil kuesioner, pelanggan didominasi oleh perempuan, dengan jumlah 79 responden dan persentase 79%. Jika dilihat dari usia, sebagian besar berumur 17 hingga 28 tahun. Dari segi pekerjaan, mayoritas responden merupakan pelajar atau mahasiswa. Sementara itu, berdasarkan pengeluaran bulanan sebagian besar responden mengeluarkan uang kurang dari satu juta rupiah. Adapun dari segi domisili mayoritas responden berasal dari Kecamatan Kutowinangun.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Food Quality* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada *Cafe Malindo Corner Kebumen*. Temuan ini

menunjukkan bahwa kualitas makanan seperti *Freshness* (kesegaran), *Presentation* (penyajian), *Well cooked* (dimasak dengan baik) dan *Variety of Food* (variasi makanan) menciptakan cita rasa yang berkualitas dan memberikan pengalaman positif yang menjadikan konsumen untuk melakukan Keputusan Pembelian di Cafe Malindo Corner Kebumen.

4. Hasil analisis menunjukkan bahwa Fasilitas berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada *Cafe Malindo Corner Kebumen*. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek-aspek dalam fasilitas seperti perencanaan spasial, perencanaan ruangan, perlengkapan/perabotan, tata cahaya dan warna, pesan-pesan yang disampaikan secara grafis, dan unsur pendukung berperan penting dalam membentuk pengalaman positif. Fasilitas yang lengkap dapat meningkatkan kesan yang baik dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Membangun kenyamanan dan loyalitas mereka, yang pada akhirnya mendorong untuk melakukan pembelian di Malindo Corner Kebumen.
5. Hasil analisis menunjukkan bahwa Variasi Menu tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Malindo Corner Kebumen. Temuan ini mengimplikasikan bahwa penambahan variasi menu di *cafe* tidak secara otomatis meningkatkan keputusan pembelian pelanggan. Konsumen cenderung lebih dipengaruhi oleh faktor kualitas makanan dan fasilitas daripada sekedar banyaknya pilihan. Kondisi ini dapat

disebabkan oleh karakteristik konsumen *cafe* Malindo Corner yang mayoritas merupakan pelanggan tetap yang sudah memiliki menu favorit, sehingga variasi menu tidak menjadi pertimbangan utama.

6. Dari hasil uji simultan atau uji F diperoleh F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Hal tersebut berarti bahwa variabel *Food Quality*, Fasilitas, dan Variasi Menu secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada *Cafe* Malindo Corner Kebumen.
7. Dari hasil uji determinasi R^2 , nilai *Adjusted R Square* diperoleh sebesar 0,515. Artinya 51,5% variasi Keputusan Pembelian bisa dijelaskan dari ketiga variabel independen tersebut yaitu *Food Quality*, Fasilitas, dan Variasi Menu. Sementara itu, sisanya 48,5% ($100\% - 51,5\%$) dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

5.2. Keterbatasan

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Keterbatasan tersebut diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan perbaikan bagi peneliti selanjutnya. Adapun keterbatasan dalam penelitian meliputi:

1. Dalam proses pengumpulan data, tidak semua informasi yang disampaikan oleh responden melalui kuesioner selalu mencerminkan pendapat atau pandangan asli mereka. Hal ini dapat disebabkan oleh

perbedaan cara berpikir, persepsi, interpretasi, serta tingkat pemahaman yang bervariasi antar responden.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian ini hanya terdiri dari variabel Food Quality, Fasilitas, dan Variasi Menu, sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.
3. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada karakteristik responden yang didominasi oleh kelompok usia 17-28 tahun dengan persentase 80%. Meskipun penelitian ini tidak membatasi usia responden, dominasi generasi Z tersebut menyebabkan hasil penelitian kurang mewakili kelompok usia lainnya. Generasi Z cenderung lebih dipengaruhi oleh tren serta keterbatasan anggaran, sehingga hasil penelitian ini sulit untuk digeneralisasikan dan tidak sepenuhnya mencerminkan pola belanja serta preferensi kelompok usia yang berbeda.

5.3. Implikasi

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya, maka penulis ada beberapa saran yang dapat diberikan sebagai masukan bagi pemilik *Cafe Malindo Corner Kebumen*:

1. Penelitian ini menyatakan bahwa *Food Quality* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Implikasi praktisnya adalah bahwa manajemen *cafe* disarankan untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas makanan secara konsisten. Selain itu, manajemen *cafe* harus lebih fokus pada penggunaan bahan baku berkualitas tinggi, menjaga

cita rasa yang konsisten, penyajian yang menarik, serta kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman yang disajikan. Selain itu juga, manajemen *cafe* dapat melakukan inovasi menu secara berkala tanpa mengorbankan kualitas, serta memberikan pelatihan rutin kepada karyawan dapur agar standar *food quality* tetap terjaga. Dengan memperkuat *food quality* sebagai keunggulan kompetitif, diharapkan niat dan keputusan pembelian konsumen dapat terus meningkat, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan di Cafe Malindo Corner Kebumen.

2. Penelitian ini menyatakan bahwa Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada *Cafe* Malindo Corner Kebumen. Temuan ini menunjukkan bahwa Fasilitas merupakan elemen penting yang secara langsung mempengaruhi keinginan konsumen untuk kembali berkunjung. Manajemen *cafe* disarankan untuk terus meningkatkan kualitas dan kenyamanan fasilitas fisik, seperti memperluas area duduk yang lebih nyaman, menyediakan pencahayaan yang baik, memperbaiki tata letak meja dan kursi, serta menjaga kebersihan ruangan dan toilet secara konsisten. Selain itu, manajemen *cafe* juga dapat mempertimbangkan penambahan fasilitas seperti Wi-Fi yang lebih stabil, colokan listrik yang memadai di setiap meja, serta area outdoor atau spot foto yang menarik untuk meningkatkan daya tarik bagi

pelanggan. Dengan fokus pada peningkatan fasilitas yang sudah terbukti berpengaruh signifikan ini, diharapkan Cafe Malindo Corner dapat semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen di wilayah Kebumen.

3. Penelitian ini menyatakan bahwa Variasi Menu tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada *Cafe Malindo Corner* Kebumen. Temuan ini menunjukkan bahwa Variasi Menu bukan merupakan elemen penting yang secara langsung mempengaruhi keinginan konsumen untuk kembali berkunjung. Manajemen *cafe* sebaiknya tidak lagi memfokuskan sumber daya pada penambahan jumlah variasi menu secara berlebihan, melainkan lebih memprioritaskan peningkatan kualitas rasa, konsistensi, dan penyajian menu-menu *existing* yang sudah menjadi favorit pelanggan. Selain itu, manajemen *cafe* perlu mengalihkan strategi pemasaran dan operasional yang terbukti berpengaruh signifikan. Dengan demikian, Cafe Malindo Corner Kebumen dapat mengoptimalkan sumber daya secara lebih efisien dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen melalui pendekatan yang lebih tepat sasaran.
4. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel *Lifestyle* untuk mengukur pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian. Gaya hidup konsumen, khususnya generasi muda berperan penting dalam

menentukan pilihan tempat yang sesuai dengan kebutuhan bersantai, bekerja, maupun bersosialisasi. Dengan memasukan variabel ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komperhensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen untuk berkunjung kembali.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh *Food Quality*, Fasilitas, dan Variasi Menu terhadap Keputusan Pembelian pada *Cafe Malindo Corner Kebumen*. Adapun implikasi teoritis yang disarankan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Implikasi yang berkaitan dengan teori *Food Quality*

Penelitian ini membuktikan bahwa *Food Quality* yang berkualitas dan baik, dapat membuat seseorang merasa puas dan ingin melakukan pembelian. Hasil penelitain ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wongkar et al. (2023) yang menyatakan bahwa semakin berkualitas makanan akan berpengaruh positif terhadap minat konsumen untuk berkunjung ke *cafe* tersebut.

2. Implikasi yang berkaitan dengan teori Fasilitas

Penelitian ini membuktikan bahwa Fasilitas yang baik dan bersih, dapat membuat seseorang merasa nyaman dan ingin melakukan keputusan pembelian. Hasil penelitain ini sejalan dengan hasil penelitian yang

dilakukan oleh Wahyudi et al., (2025) yang menyatakan bahwa fasilitas yang lengkap akan berpengaruh positif terhadap minat konsumen untuk berkunjung ke *cafe* tersebut.

3. Implikasi yang berkaitan dengan teori Variasi Menu

Penelitian ini membuktikan bahwa Variasi Menu tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Temuan bahwa variasi menu tidak berpengaruh bukan berarti variasi menu tidak penting, melainkan bersifat kontekstual. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jacob & Joseph (2024) dalam tinjauan sistematis selama dua dekade terakhir, yang menyatakan bahwa variasi menu yang berlebihan justru dapat menimbulkan kelelahan keputusan dan tidak selalu meningkatkan niat beli.

