

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil dari penelitian tentang pengaruh Pengaruh *Atmosphere Toko*, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Toko Kopi Rasa Padang disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel *Atmosphere Toko* terhadap Keputusan Pembelian. Dengan nilai koefisien 0,629 bernilai positif dapat diartikan bahwa semakin tinggi persepsi responden terhadap *Atmosphere Toko*, maka akan semakin meningkat Keputusan Pembelian.
2. Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Kopi Rasa Padang, Konsumen meningkatkan Kualitas produk yang diberikan sangat terjamin.
3. Variabel Lokasi berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan pembelian, Hal ini menunjukkan bahwa Lokasi merupakan faktor pendukung yang penting untuk meningkatkan Keputusan Pembelian.
4. Secara simultan *Atmosphere Toko*, Kualitas Produk dan Lokasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian Toko Kopi Rasa Padang hubungan antara ketiga variabel dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi dalam kategori sangat kuat dengan besaran nilai R^2 adalah sebesar 0,780 dengan presentase 78%. dan sisanya variabel yang tidak diteliti oleh peneliti.

5.2 Saran

Hasil dari penelitian tentang Pengaruh Pengaruh *Atmosphere Toko*, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Toko Kopi Rasa Padang, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Pada variabel *Atmosphere Toko* Kopi Rasa Padang, manajemen secara terus menerus berupaya mengembangkan dan memperkuat suasana toko yang nyaman dan mendukung kenyamanan pelanggan. Hal ini dilakukan dengan menciptakan tata ruang yang rapi, kebersihan yang terjaga, serta penyediaan fasilitas pendukung, seperti tempat duduk yang nyaman dan pencahayaan yang hangat. Selain itu, Toko Kopi Rasa Padang juga memberikan informasi dan panduan yang jelas bagi pelanggan baru untuk meningkatkan pengalaman berkunjung dan mendorong keputusan pembelian.
2. Bagi Toko Kopi Rasa Padang, diharapkan untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat mempercepat respon terhadap keluhan atau masukan pelanggan. Selain itu, penting untuk menyediakan layanan pelanggan yang ramah dan profesional, serta memberikan informasi yang jelas mengenai produk, menu, maupun fasilitas toko sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan keputusan pembelian konsumen
3. Bagi peneliti selanjutnya, terdapat 22% variabel yang mempengaruhi tetapi belum di teliti oleh peneliti, diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat menambah variabel untuk diteliti dalam penelitiannya yaitu Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Merek dan Pemasaran digital.