

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dari penelitian dengan melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi data panel, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Estetika Produk berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada *Coffee Shop* Kopi Suara Rakyat. Pada penelitian ini menunjukkan nilai positif, karena konsumen masih memperhatikan nilai-nilai estetika pada produk yang disediakan.
2. Variasi Produk berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Maka pemilik *Coffee Shop* sudah mempersiapkan produk minuman secara menyeluruh pilihan variasi menu untuk konsumen sehingga menarik menarik konsumen untuk membelinya
3. Kepercayaan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian minuman. Dalam penelitian ini menunjukkan nilai positif dan signifikan, maka dari variabel menunjukkan bahwa konsumen yang sudah mengunjungi *Coffee Shop* Kopi Suara Rakyat sudah percaya pada produk yang disediakan .
4. Estetika Produk, Variasi Produk dan Kepercayaan Konsumen secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan. Maka dari itu pemilik *Coffee Shop* yang telah dijadikan sampel pada penelitian ini.

Estetika produk, variasi produk dan kepercayaan konsumen

adalah hal penting yang harus diperhatikan oleh para pengusaha *coffee shop* kopi suara rakyat. Keterbatasan pada penelitian ini yaitu menggunakan tiga (3) variabel terikat dan satu (1) variabel bebas, pada penelitian lanjut dapat dilakukan dengan variabel lain yang berhubungan dengan keputusan pembelian. Perbandingan hasil pada penelitian ini dilakukan dengan penelitian lain yang sejenis, namun terdapat beberapa perbedaan seperti, berbeda tempat penelitian, dan metode penelitian. Untuk penelitian lebih lanjut dapat dilakukan dengan membandingkan hasil dengan penelitian lain yang memiliki kesamaan tempat, metode, dan objek penelitian.

5.2 Implikasi Manajerial

Setelah melakukan analisis data dan pengamatan data terhadap semua keterbatasan yang ada, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pengembang Ilmu
Dapat memperdalam ilmu dalam bidang manajemen pemasaran, dan diharapkan mampu memberikan masukan, pengetahuan dan pemahaman mengenai pengaruh Estetika Produk, Variasi Produk dan Kepercayaan Konsumen.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya
Diharapkan mampu memberikan masukan, pengetahuan dan pemahaman mengenai Estetika Produk, Variasi Produk dan Kepercayaan Konsumen.
3. Bagi Perusahaan
Perusahaan terus meningkatkan nilai perusahaan dengan lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi meningkatkan perusahaan, sehingga mampu dipertimbangkan dan dievaluasi Kembali agar dapat bersaing dengan kompetitor *Coffee Shop* yang lainnya dan mampu memunculkan variasi yang menarik dan unik agar dapat mempertahankan konsumen lama dan