

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti dapat membuat beberapa kesimpulan mengenai “Pengaruh Citra Merek dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Fore Coffee Ahmad Yani” sebagai berikut:

1. Citra merek memiliki pengaruh negatif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Fore Coffee Ahmad Yani di Bandar Lampung. Disimpulkan bahwa setiap adanya peningkatan citra merek maka akan menurunkan keputusan pembelian dan sebaliknya jika citra merek dikurangi maka akan meningkatkan keputusan pembelian.
2. *Store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Fore Coffee Ahmad Yani di Bandar Lampung, artinya setiap peningkatan pada *store atmosphere* akan meningkat pula keputusan pembelian yang ada di Fore Coffee Ahmad Yani.
3. Citra Merek dan *store atmosphere* kedua variable tersebut berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Fore Coffee Ahmad Yani di Bandar Lampung

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diambil, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan agar Fore Coffee untuk tetap dapat mempertahankan Citra Merek dari setiap produknya, dikarenakan Fore Coffee merupakan salah satu merek kedai kopi yang mudah dikenali. Hal ini menjadi masukan bagi Fore Coffee untuk terus menjaga kenyamanan tempat dan kualitas tempat Fore Coffee untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Serta Fore Coffee harus tetap dapat mempertahankan citra merek yang sudah

dibangun, karena hal ini merupakan salah satu hal yang penting diperhatikan agar konsumen tidak beralih ditengah gempuran banyaknya coffee shop sejenis. Semakin baik mutu produk yang ditawarkan dan nyaman sebuah tempat maka semakin baik citra merek produk tersebut dimata konsumen.

2. Fore Coffee Ahmad Yani diharapkan untuk mempertahankan hal-hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, salah satunya adalah *store atmosphere* misalnya mempertahankan tata letak toko mulai dari peralatan, penyusunan kursi dan pengaturan ruang serta interior ruangan seperti tema dan dekorasi yang ada di Fore Coffee, bagian dalam toko seperti pencahayaan, suhu dan kebersihan, yang terakhir bagian luar toko seperti papan nama, pintu masuk, desain bangunan ketersediaan lahan parkir yang luas dari Fore Coffee.
3. Sebaiknya peneliti yang akan datang disarankan untuk menambahkan variabel independen selain Citra Merek dan *Store Atmosphere* dan tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lainnya seperti Harga, Iklan, Promosi, Gaya Hidup, Sikap Konsumen, kualitas produk, kualitas pelayanan dan lainnya yang mungkin bisa mempengaruhi Keputusan Pembelian.