

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh Promosi (X1), Harga (X2), dan Kualitas Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Minat Beli (Z) sebagai variabel *intervening* pada konsumen Tiga Lapan Coffee Samaran Mojokerto, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi terbukti berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Tiga Lapan Coffee Samaran Mojokerto. Maka dapat dikatakan H_1 Diterima.
2. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap Keputusan Pembeliann konsumen di Tiga Lapan Coffee Samaran Mojokerto. Maka dapat dikatakan H_2 Diterima.
3. Kualitas Produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Tiga Lapan Coffee Samaran Mojokerto. Maka dapat dikatakan H_3 Diterima.
4. Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap Minat Beli Konsumen Tiga Lapan Coffee Samaran Mojokerto. Maka dapat dikatakan H_4 Diterima.
5. Harga berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap Minat Beli Konsumen Tiga Lapan Coffee Samaran Mojokerto. Maka dapat dikatakan H_5 Diterima.

6. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap Minat Beli Konsumen Tiga Lapan Coffee Samaran Mojokerto. Maka dapat dikatakan H_6 Diterima.
7. Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan menghasilkan nilai koefisien pengaruh yang paling besar dan paling kuat dalam model penelitian ini. Maka dapat dikatakan H_7 Diterima.
8. Minat Beli terbukti secara signifikan memediasi hubungan antara Promosi dan Keputusan Pembelian. Maka dapat dikatakan H_8 Diterima.
9. Minat Beli secara signifikan mampu memediasi pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian. Maka dapat dikatakan H_9 Diterima.
10. Minat Beli terbukti secara signifikan memediasi hubungan antara Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian. Maka dapat dikatakan H_{10} Diterima.

5.2 Saran

1. Bagi Tiga Lapan Coffee Samaran Mojokerto, Disarankan untuk terus meningkatkan strategi promosi, hususnya melalui media sosial seperti Instagram dan Tiktok dengan menyajikan kontek yang menarik, serta disarankan untuk tetap mempertahankan harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan oleh cafe, untuk kualitas produk penting juga untuk tetap dijaga dan selalu terus ditingkatkan, baik dari cita rasa , kebersihan, konsisten rasa dan penyajian, maupun inovasi menu, dan minat beli konsumen juga perlu ditingkatkan seperti melalui berbagai strategi pemasaran yang inovatif, seperti memberi promo menarik
2. Bagi pemeliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel lain yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian,

seperti kualitas pelayanan, store atmosphere, brand image, kepuasan pelanggan atau loyalitas pelanggan. Selain itu objek penelitian dapat diperluas pada coffee shop atau usaha kuliner lainnya sehingga hasil penelitian memiliki tuingkat yang lebih luas.

3. Untuk pengembangan teori, hasil penelitian ini diharapkjan dapat menjadi referensi dalam pengembangan kajian manajemen pemasaran, khususnya mengenai pengaruh promosi, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening. Penelitian selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang relevan.