

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan yang telah dilakukan pada Bab IV, maka dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Cafe Full Barokah di Kabupaten Mojokerto. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula minat beli konsumen. Pelayanan yang mampu memenuhi harapan konsumen dapat meningkatkan ketertarikan dan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.
2. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Cafe Full Barokah di Kabupaten Mojokerto. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi yang strategis, mudah dijangkau, nyaman, serta memiliki akses dan visibilitas yang baik dapat meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pembelian.
3. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Full Barokah di Kabupaten Mojokerto. Meskipun arah hubungan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian bersifat positif, hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh tersebut belum cukup kuat secara statistik. Dengan demikian, keputusan pembelian konsumen tidak hanya ditentukan oleh kualitas pelayanan, tetapi juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti harga, kualitas produk,

promosi, dan faktor lainnya.

4. Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Full Barokah di Kabupaten Mojokerto. Meskipun hubungan yang terbentuk memiliki arah positif, pengaruh lokasi secara langsung belum cukup kuat untuk memengaruhi keputusan pembelian konsumen secara signifikan.
5. Minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Full Barokah di Kabupaten Mojokerto. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi minat beli konsumen, semakin besar pula kemungkinan konsumen untuk merealisasikan minat tersebut dalam bentuk keputusan pembelian.
6. Minat beli tidak mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Full Barokah di Kabupaten Mojokerto. Dengan demikian, minat beli belum dapat berperan sebagai variabel mediasi pada hubungan antara kualitas pelayanan dan keputusan pembelian.
7. Minat beli mampu memediasi pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Cafe Full Barokah di Kabupaten Mojokerto. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi yang strategis dapat meningkatkan minat beli konsumen, yang selanjutnya mendorong konsumen untuk mengambil keputusan pembelian. Dengan demikian, minat beli terbukti berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan dalam hubungan antara lokasi dan keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa saran yang dapat disajikan sebagai masukan bagi pihak terkait:

1. Bagi Cafe Full Barokah

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli, pengelola Cafe Full Barokah diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan yang cepat, ramah, responsif, serta mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Selain itu, pengelola perlu mempertahankan keunggulan lokasi yang dimiliki dengan menjaga kebersihan, keamanan, kenyamanan lingkungan, memperjelas papan nama, serta menata area parkir agar lebih memadai. Promosi melalui media sosial dan platform digital juga perlu terus ditingkatkan sehingga keunggulan lokasi dan pelayanan dapat diketahui oleh lebih banyak calon konsumen. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan minat beli konsumen yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan keputusan pembelian.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian, seperti harga, kualitas produk, promosi, citra merek, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, maupun *word of mouth*. Selain itu, penelitian dapat dilakukan pada objek, wilayah, atau jenis

usaha kuliner yang berbeda sehingga hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih luas. Penggunaan jumlah sampel yang lebih besar serta metode analisis yang berbeda juga disarankan agar diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif dan mampu memperkaya kajian mengenai perilaku konsumen.

3. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan kajian ilmiah dalam bidang manajemen pemasaran. Khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, lokasi, minat beli. Dan keputusan pembelian. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan penelitian selanjutnya sehingga mampu memperkaya teori maupun praktik dalam bidang pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, Sihabudin, & Fauji, R. (2025). The impact of service quality and location on consumer purchase decisions: A case study of Pecel Lele Wahyu Kalangsari, Rengasdengklok. *International Journal of Management, Economic, Business and Accounting*, 4(3), 97–109. <https://doi.org/10.58468/ijmeba.v4i3.1581>
- Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). Marketing Strategy: Pricing strategies and its influence on consumer purchasing decision. *International Journal of Rural Development, Environment and Health Research*, 5(2), 26–39. <https://doi.org/10.22161/ijreh.5.2.4>
- Arip priyadi, christine, didin, al-faruq, ekhsan. (2024). 7204-Article Text-95232-110-20240508. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, Volume 6, 781–791.
- Bunga, F. M., Obon, W., & Meylano, N. H. (2024). The Effect of Emotional Branding and Experiential Marketing on Chosik (Chocolate Sikka) Purchasing Decisions in Sikka Regency. *International Journal of Research in Social Science and Humanities*, 05(08), 61–75. <https://doi.org/10.47505/ijrss.2024.8.8>
- Chen, C. (2024). *Utilizing a Hybrid Approach to Identify the Importance of Factors That Influence Consumer Decision-Making Behavior in Purchasing Sustainable Products*.
- Dewi, K. V., Siregar, R. J., Wibowo, M. A., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Karya, B. (2025). *Management and business progress*. 4(1), 15–21.
- Dwiyanti, A., Fathin, A. A., Anggara, A. D., Sanjaya, V. F., Ekonomi, F., Islam, B., Islam, U., Raden, N., & Lampung, I. (2024). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Ayam Geprek Mas Boy Cabang Pringsewu. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 5(1), 2745–2892.
- Han, W. (2021). Purchasing Decision-Making Process of Online Consumers Based on the Five-Stage Model of the Consumer Buying Process. *Social Science, Education and Humanities Research*, 586(April 2012), 545–548.
- Muhammad Yusuf, & Nuuridha Matiin. (2023). Analysis of the Effect of the Marketing Mix on Purchasing Decisions. *International Journal of Economics and Management Research*, 1(3), 177–182. <https://doi.org/10.55606/ijemr.v1i3.56s>
- Mutiara, M., & Mira Kartika Dewi Djunaedi. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Platfrom Tiktok Shop. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 6(5), 1473–1489. <https://doi.org/10.47467/elmal.v6i5.6771>
- Panjaitan, J. H., Manik, P. C., & Ritonga, R. R. (2023). *Mandiri : Jurnal Akuntansi dan Keuangan Minat Beli Pendahuluan Uraian Teori*. 2(3).
- Produk, A. P., & Pelayanan, D. A. N. K. (2024). (*Studi kasus Pada Pua-pua Cafe Timika*). 2(12), 2492–2519.

- Raniya, R. F. (2023). Ratu Fathin Raniya, Permana Honneyta Lubis and T. Meldi Kesuma* Management Department, Universitas Syiah Kuala <http://doi.org/10.35409/IJBMER.2023.3466>. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 6(01), 144–155.
- Ridwan, M. (2022). Purchasing Decision Analysis in Modern Retail. *AKADE Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.37481/jmweb.v2i1.243>
- Sekaran, U. & Bougie, R. . (2016). *Research Methods for Business: A skill Building Approach* (7th ed.). John Wiley & Sons Inc.
- Sudirjo, F., Luh Komang Candra Dewi, Elizabeth, Fahrina Mustafa, & Sonny Santosa. (2023). Analysis Of The Influence Of Consumer Behavior, Product Attributes And Brand Image On Purchasing Decisions Of Pharmaceutical Industry Products Consumers. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2432–2437. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1648>
- Sofyani, H. (2025). *Penggunaan Teknik Partial Least Square (PLS) dalam Riset Akuntansi Berbasis Survei*. 9(1). <https://doi.org/10.18196/rabin.v9i1.26199>
- Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023*. (2023). 06300.24017. <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/12/23/f2c7743c4712aaeaa4abf694/statistik-penyediaan-makanan-dan-minuman-2023.html>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (19th ed.). Alfabeta
- Sugiyono. (2020). Perumusan Variabel Dan Indikator Dalam Penelitian Kuantitatif Kependidikan. *Jurnal Pendidikan Rokania*, 9, 18.
- Wibisaputra. (2011). *Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat beli ulang konsumen terhadap produk jasa*.
- Wijaya, J., & No, I. I. (2022). *Pengaruh Promosi Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Pada Keanggotaan Baru Big Bro Muaythai Traning Camp Pendahuluan di era internet saat ini telah mencapai Big Bro Muaythai Training Camp sendiri merupakan suatu company yang beroperasi perusahaan dalam .* 4(2), 1–13.
- Wijayanti, R. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Widyagama.
- Win, M. (2023). Filosofi Penelitian Kuantitatif Dalam Manajemen Pendidikan Islam. *Jurnal , Volume 6 Nomor 2, 2023*, 6, 1965–1976.
- Yuliana, S. T., & Tuti, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Suasana Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economics, Bussiness and Management Issues*, 2(2), 94–106. <https://doi.org/10.47134/jebmi.v2i2.219>