

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui pengolahan data menggunakan metode Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) dengan bantuan SmartPLS 4, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen pada Canea Kafe. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Canea Kafe, maka semakin tinggi pula kepercayaan konsumen. Kualitas pelayanan menjadi faktor yang kuat dalam membangun kepercayaan konsumen karena pelayanan yang baik, cepat, ramah, dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen dapat memberikan pengalaman positif dan meningkatkan keyakinan konsumen terhadap Canea Kafe.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen pada Canea Kafe. Menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap harga yang ditetapkan Canea Kafe, terutama mengenai keterjangkauan, kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat yang diterima, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap Canea Kafe.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Canea Kafe. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan

yang diterima konsumen, semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian di Canea Kafe.

4. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Canea Kafe. Semakin baik persepsi konsumen terhadap harga yang ditawarkan Canea Kafe, maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen. Harga yang dianggap terjangkau, sesuai dengan kualitas produk dan manfaat yang diperoleh, serta mampu bersaing dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian.
5. Kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Canea Kafe. Artinya, semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap Canea Kafe, maka semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian.
6. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan sebagai mediasi pada Canea Kafe. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, dan peningkatan kepercayaan tersebut selanjutnya mendorong keputusan pembelian.
7. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan sebagai mediasi. Artinya, harga yang dipersepsikan sesuai oleh konsumen dapat meningkatkan kepercayaan terhadap Canea Kafe, yang kemudian meningkatkan keputusan pembelian. Kepercayaan konsumen tidak hanya menjadi hasil dari persepsi konsumen terhadap harga, tetapi juga menjadi perantara yang membantu mendorong konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, Canea Kafe disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dengan mempertahankan keramahan karyawan, meningkatkan kecepatan dan ketepatan pelayanan, serta menjaga kenyamanan fasilitas agar pengalaman konsumen tetap positif. Selain itu, Canea Kafe perlu mempertahankan kebijakan harga yang sesuai dengan kualitas produk, pelayanan, dan manfaat yang diterima konsumen sehingga kepercayaan konsumen dapat terus meningkat dan berdampak pada peningkatan keputusan pembelian.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian, seperti kualitas produk, promosi, lokasi, citra merek, kepuasan pelanggan, atau loyalitas pelanggan. Penelitian selanjutnya juga dapat dilakukan pada objek penelitian yang berbeda atau menggunakan jumlah responden yang lebih besar sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.