

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **Kualitas Produk dan Citra Merek:**

Penelitian menunjukkan bahwa konsumen memberi nilai tinggi pada produk dengan citra merek yang positif. Karena kopi mereka secara konsisten berkualitas tinggi dan memiliki cita rasa yang khas, Memories Coffee mampu membangun reputasi dan merek yang kokoh. Secara teoritis, hal ini masuk akal karena reputasi positif perusahaan dan peningkatan kesediaan pelanggan untuk membeli merupakan hasil dari menghasilkan produk berkualitas tinggi (Octavenia & Ardani , 2019; Diputra , 2021).

2. **Suasana dan Citra Merek:**

Suasana toko memainkan peran penting dalam membentuk persepsi merek. Lingkungan ritel yang mengundang dan menarik secara visual yang dipupuk Memories Coffee meningkatkan reputasi merek di mata konsumen. Sesuai dengan teori-teori di atas (Rachmawati , 2020; Wijaya & Amelia, 2021; Anggraeni & Setiawan, 2022; Prasetyo , 2023), hal ini sejalan dengan gagasan bahwa lingkungan toko yang menyenangkan dan mengundang memiliki dampak besar terhadap pengembangan citra merek yang menguntungkan. .

3. **Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian :**

Barang berkualitas tinggi Sama sekali tidak berdampak langsung pada pilihan membeli. Namun yang terpenting, keputusan konsumen juga dipengaruhi oleh pertimbangan lain, termasuk harga atau lokasi. Menurut Gulliando (2019), Mappesona (2020), serta Oktavenia dan Ardani (2019), terdapat elemen tambahan yang memengaruhi keputusan konsumen selain kualitas produk.

4. **Suasana dan Keputusan Pembelian :**

Suasana toko mempunyai pengaruh besar terhadap pilihan membeli. Pelanggan mungkin lebih memilih untuk membeli kopi dari Kopi Kenangan karena suasana toko yang ramah dan nyaman, sehingga meningkatkan pengalaman berbelanja dan memengaruhi pilihan pembelian mereka. Penelitian Haqiqi dan Khuzaini

(2020), Santoso (2019), Hidayat dan Wulandari (2021), Setiawan dan Pratama (2022), dan Purnamasari (2023) mempercayai gagasan bahwa suasana toko memiliki pengaruh yang menguntungkan dan signifikan secara statistik terhadap keputusan pembelian pelanggan.

5. Citra Merek dan Keputusan Pembelian :

Persepsi yang baik terhadap suatu merek mempunyai dampak yang besar terhadap pilihan konsumen untuk membeli. Memories Coffee telah memantapkan dirinya sebagai merek yang tangguh, yang pada gilirannya mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Ketika pelanggan memiliki kesan yang baik terhadap suatu merek, mereka cenderung menjadi pelanggan setia dan melakukan pembelian berulang. Persepsi merek merupakan komponen kunci dari teori yang digunakan konsumen saat membuat pilihan pembelian (Haqiqi & Khuzaini , 2020).

6. Mediasi Citra Merek antara Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian :

Persepsi terhadap kualitas suatu merek berfungsi sebagai mediator antara kualitas produk dan pilihan konsumen. Mengenai Kopi Kenangan , kopi berkualitas tinggi membantu membangun citra merek yang disukai, yang berdampak pada pengambilan keputusan pembelian oleh pelanggan. Hal ini menunjukkan pentingnya citra merek dalam mengasosiasikan produk berkualitas tinggi dengan pilihan pembelian. Selain itu, teori menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kemampuan suatu merek memoderasi dampak kualitas suatu produk terhadap keputusan pembelian mereka (Andrianto , 2020; Amelia *et al.* , 2021; Putu Indrayana *et al.* , 2020).

7. Mediasi Citra Merek antara Suasana Toko dan Keputusan Pembelian :

Persepsi pelanggan terhadap suatu merek mungkin memoderasi pengaruh suasana toko terhadap niat membeli mereka. Sebuah Kenangan Dengan meningkatkan suasana toko dengan kopi, mereka dapat meningkatkan citra merek mereka. Kopi Kenangan memiliki citra merek yang kuat sehingga mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli kopi dari mereka. Hal ini sejalan dengan anggapan bahwa lingkungan toko yang menyenangkan dapat meningkatkan persepsi terhadap suatu merek dan memengaruhi pilihan untuk membeli (Berman & Evans, 2018; Purwadi , 2020; Jahroni *et al.* , 2021).

5.2 Saran

Saran yang dapat membantu dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Untuk Perusahaan

- 1) Perbaiki barang-barang unggulan Karena produk berkualitas tinggi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap reputasi perusahaan, meningkatkan citranya adalah hal yang penting.
- 2) Hal terpenting kedua adalah ambience store, oleh karena itu penting untuk ditingkatkan demi brand image dan penjualan.
- 3) Untuk citra merek yang lebih kuat dan bertindak sebagai perantara pilihan pelanggan untuk membeli barang berkualitas tinggi, penting untuk memiliki strategi merek yang solid.
- 4) Terus tingkatkan penawaran Anda Tidak ada dampak langsung terhadap keputusan pembelian, namun ada upaya untuk membedakan merek dari pesaing.
- 5) Untuk memperkuat citra merek dan mempengaruhi keputusan pembelian, penting untuk memberikan pengalaman yang lengkap bagi pelanggan dengan menggabungkan seluruh aspek produk, suasana, toko, dan layanan.

b. Untuk Peneliti

- 1) Hubungan antara produk berkualitas tinggi, lingkungan belanja yang menyenangkan, dan pilihan konsumen untuk membeli mungkin lebih jauh dipengaruhi oleh faktor mediator seperti kebahagiaan atau loyalitas pelanggan.
- 2) Pelajari tentang evolusi reputasi merek Anda, kualitas produk, dan suasana toko melalui penelitian ekstensif.
- 3) Perhatikan segmentasi pasar untuk memahami tanggapan dari kelompok demografi yang berbeda tentang kualitas produk, suasana toko, dan citra merek.
- 4) Dampak besar pembelian online terhadap pengalaman digital konsumen dan pentingnya hal tersebut memiliki dampak yang lebih besar terhadap persepsi konsumen terhadap perusahaan dan pilihan pembelian mereka dibandingkan pengalaman berbelanja sebenarnya.

- 5) Untuk mengadaptasi teknik pemasaran global, penting untuk memahami bagaimana budaya lain memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk, lingkungan toko, dan citra merek.

