

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan maka berikut ini dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. *Celebrity endorse* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada café Menantea di kota duri
2. Suasana toko berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada café Menantea di kota duri
3. Keragaman menu tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada café Menantea di kota duri

5.2 Implikasi penelitian

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah dijelaskan diatas maka dapat diajukan beberapa implikasi penting:

1. Berdasarkan analisis deskriptif penelitian dapat dilihat bahwa responden merasa daya tarik *celebrity endorse* masih kurang menarik bagi konsumen café Menantea Duri. Sehingga kedepanya dalam membuat iklan café Menantea diharapkan lebih kreatif dalam membuat iklan, sehingga masyarakat yang mengamati iklan lebih tertarik untuk melihat iklan sehingga dapat lebih mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
2. Berdasarkan analisis deskriptif penelitian terlihat sebagian responden masih sulit untuk melihat tanda tanda informasi yang berada di café Menantea Duri. Sehingga diharapkan kedepannya café Menantea Duri untuk lebih menata tanda-tanda informasi yang digunakan sehingga konsumen café Menantea Duri dapat dengan mudah melihat tanda informasi tersebut sehingga konsumen lebih

nyaman untuk berkunjung di café Menantea Duri.

5.3 Saran-Saran

1. Café Menantea diharapkan untuk tetap mempertahankan *endorser* yang memiliki reputasi yang baik, sehingga iklan dan promosi yang dilakukan café Menantea dapat berjalan sesuai dengan harapan dan menarik konsumen untuk terus melakukan pembelian minuman teh di café Menantea.
2. Café Menantea diharapkan untuk terus memberikan suasana toko yang nyaman, dengan suasana toko yang baik diharapkan dapat mendorong konsumen untuk tetap melakukan keputusan membeli produk minuman teh di café Menantea

DAFTAR PUSTAKA

- Afiani, Desy."Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Stars". Jurnal Pendidikan Tata Niaga Vol 7, No 3, 2019.
- Alma, 2005. Manajemen pemasaran dan manajemen jasa, Bandung: CV Alfabeta.
- Alma, Buchari. (2013), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Aniek Wahyuati. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen2, 5(5), 1–18.
- Arif Wicaksono, Mochammad."Pengaruh Desain Produk dan *Celebrity Endorse* Terhadap Keputusan Pembelian Honda New Sonic 150R di Kota Surabaya". Jurnal Ilmu Manajemen Vol 6, No 1, 2018.
- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Belch, Gorge E. & Belch, Michael A. (2004). Advertising and Promotion: An integrated Marketing Communication Prespective. New York: Mc. GrawHill/Irwin.
- Berman dan Evans. (1992), Retail Management: Strategic Approach
- Brama Kumbara, Vicky."Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk dan Endorse". Jurnal Ilmu Manajemen Terapan Vol 2, No 5, 2021.
- Camelia, S. B. (2017). Pengaruh Keragaman Menu, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Restoran Dâ€™TMCost Seafood Semarang). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip, 6(3), 426–432.
- Dinda Andriani. "Pengaruh Kualitas pelayanan dan Suasana toko Resto Terhadap Keputusan Pemanbelian pada *Café and Resto sugar rush* di Bontang". Jurnal Administrasi Bisnis. Vol 8, No 1, 2020
- Engel, F. James. 1995. Perilaku Konsumen. Jakarta: Binarupa Aksara
- Fornel, C. (1992). *A national customer satisfaction barometer: The swedish experience*. Journal of Marketing, 56(1),6-21
- Huda, Akhsanul dan Martaleni. 2007. Penerapan Strategi Physical Surrounding

- terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Lesehan dan Galeri Joglo Dau. Jurnal Manajemen Gajayana. Vol. 4, No. 1. Hlm. 1-14.
- Ikrar Cholik, Ikrar Cholik, Rufial, Bida Sari.” Pengaruh Harga, Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kusuma Catering Di Bekasi”. KRAITH-EKONOMIKA No 1,Vol 5, 2022.
- Jahroni, Ella Anastasya Sinambela, Rahayu Mardikaningsih, Didit Darmawan.” Pengaruh Citra Toko, Suasana Toko dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian”. Jurnal Pendidikan Tambusai Vol 5, No 3, 2021.
- Junni Kalangi, Natalia, Lucky f. Tamengkel dan Olivia Walangitan.” Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear”. Jurnal Administrasi Bisnis Vol 8, No 1, 2019.
- Karina Gloria Bujung, Trini, Altje L. Tumbel, Rudie Y. Lumantow.”Pengaruh Suasana Toko dan Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Tekstil Kawangkoan”. Jurnal EMBA Vol 8, No 4, 2020.
- Keragaman
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif Dalam Periklanan Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran.*Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran.* Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. (2005), *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2,* Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing.* Harlow, United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2003. *Manajemen Pemasaran.* Edisi Kesebelas. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management,* Edition 14, England: Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12.* Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management* 16 edition. New Jersey: Pearson.
- Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management* 16 edition. New Jersey: Pearson.
- Lamb Charles W.; Hair, Joseph F, dan McDaniel, Carl. 2001. *Pemasaran.* Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Maulidya Riftian, Nur.”Analisi Pengaruh Keragaman Menu, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Usaha Kuliner Mana

- Lagi Tropodo”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol 10, No 2, 2021.
- Percy, L. & Rossiter, J. (1997). *Advertising and Promotion Management*.
Newyork:McGraw-hill
- Reza Jalilvand, M., & Samiei, N. (2012). The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention: An empirical study in the automobile industry in Iran. *Marketing Intelligence & Planning*, vol. 30(4), 460- 476
- Royan Frans M. 2004. *Sales Force (Meningkatkan Penjualan Dengan Rancangan Bangun Sales Force Effective)*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offse
- Schiffman, L dan Kanuk, LL. 2010 . *Perilaku Konsumen* (edisi 7). Jakarta : Prentice Hall
- Schiffman, L.G. & Kanuk, Lesley L. 2007. *Consumer Behaviour*. New Jersey: Prentice Hall
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610*.
- Semarang, Manab, Sri Hartanto, Burhanudin AY.”Pengaruh Harga, Keragaman Produk dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT.INDEX SUKOHARJO”. *Eduonomika* Vol 03, No 02, 2019.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi*
- Shimp, Terence A. 2007. *Integrated Marketing Communication In Advertising And Promotion 7th Edition*. USA: Thomson South-Western.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surachman. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan)*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Surya Jaya, Handy, Gede Suparna.”Pengaruh Atmosfer Toko, Kesesuaian Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Temady Store Denpasar”. *E-Jurnal Manajemen Unud* Vol 7, No 6, 2018.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: CV. Andi Offiset
- Tjondrokoesoemo, Marsellia.” *Celebrity Eendorse Terhadap Keputusan Pembelian*”. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Vol 2, No3, 2017
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wibowo. 2015. Dalam Skripsi. Pengaruh suasana toko, promosi dan lokasi terhadap minat beli di planet distro kota banjar Negara.

Wilujeng, S., & Mudzakkir, M. F. (2015). Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Modren Indomaret Kecamatan Sukun Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 11(2), 93-107.