

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini serta mempertimbangkan seluruh teori dan temuan lapangan, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Varian Menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Teko Play Caruban. Hal ini menunjukkan bahwa semakin beragam dan menarik pilihan menu yang ditawarkan, maka semakin besar konsumen memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian.
2. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Teko Play Caruban. Hasil ini menunjukkan semakin strategis dan mudah diakses suatu lokasi, faktor kenyamanan lingkungan sekitar seperti ketersediaan lahan parkir, keamanan, dan suasana yang mendukung maka semakin besar konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.
3. *E-Promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Teko Play Caruban. Hal ini menunjukkan bahwa promosi melalui media digital seperti media sosial terbukti efektif dalam menarik minat konsumen, menyampaikan informasi secara cepat, dan mendorong mereka untuk melakukan keputusan pembelian.
4. Varian Menu, Lokasi dan *E-Promotion* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Teko Play Caruban. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut saling mendukung dalam

membentuk keputusan konsumen untuk membeli. Keberagaman menu menarik perhatian berbagai segmen konsumen, lokasi yang strategis memudahkan akses dan kenyamanan pengunjung, sementara *e-promotion* efektif dalam menyebarkan informasi dan menarik melalui media digital. Kombinasi dari ketiga faktor ini menjadi kunci penting dalam meningkatkan daya tarik dan keputusan pembelian konsumen di Teko Play Caruban.

B. Implikasi dan Saran

1. Implikasi

a. Implikasi Teoritis:

Penelitian ini memperkuat Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen, di mana perilaku konsumen dipengaruhi oleh niat yang terbentuk dari sikap, norma subjektif, dan perceived behavioral control. Dalam konteks penelitian ini, varian menu, lokasi, *e-promotion* menunjukkan bahwa variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yang menggambarkan bahwa persepsi konsumen terhadap variasi menu, kemudahan akses lokasi, dan promosi digital dapat membentuk niat membeli yang pada akhirnya diwujudkan dalam perilaku pembelian. Hasil ini mendukung bahwa teori TPB relevan dalam menjelaskan perilaku konsumen di industri kuliner, khususnya di era digital. Secara teoritis, studi ini juga memperluas penerapan TPB dalam

konteks usaha lokal yang mengintegrasikan strategi digital marketing dan pengelolaan pengalaman pelanggan secara langsung.

b. Implikasi Praktis:

Bagi pelaku usaha seperti Teko Play Caruban, hasil ini memberikan arah strategis untuk fokus pada pengembangan tiga aspek utama:

1. Varian Menu Perlu inovasi menu secara berkala dengan mempertimbangkan tren kuliner dan selera konsumen agar pelanggan tidak cepat bosan.
2. Lokasi, Meskipun lokasi tidak bisa diubah secara langsung, pengelola dapat meningkatkan kenyamanan lingkungan sekitar, aksesibilitas, serta fasilitas fisik untuk mendukung daya tarik lokasi.
3. *E-Promotion*: Penggunaan media sosial dan platform digital perlu terus dioptimalkan dengan konten promosi yang menarik, konsisten, dan sesuai dengan target pasar. Kolaborasi dengan kreator lokal juga menjadi strategi efektif untuk memperluas jangkauan promosi.

2. Saran

Dengan adanya saran dari penelitian ini agar dapat bermanfaat untuk bahan pertimbangan oleh pihak yang bersangkutan untuk melakukan inovasi untuk meningkatkan konsumen. Berikut beberapa saran dari konsumen:

a. Pengelola Teko Play Caruban

Untuk pengelola Teko Play Caruban, pengelola disarankan untuk rutin mengevaluasi varian menu, lokasi, dan *e-promotion* agar tetap relevan dengan tren dan kebutuhan konsumen, seperti:

- 1) Teko Play dapat terus mengembangkan menu dengan menambahkan varian baru secara berkala, seperti menu musiman atau kolaborasi dengan chef lokal, untuk mempertahankan minat pelanggan.
- 2) Memperbaiki akses ke lokasi Teko Play, seperti menambah petunjuk jalan yang jelas atau menyediakan fasilitas parkir yang lebih memadai, untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung.
- 3) Menciptakan konten promosi digital yang lebih kreatif dan interaktif di media sosial, seperti video menu atau testimonial pelanggan, kemudian juga bisa Menggunakan iklan berbayar di platform seperti Instagram atau Facebook untuk menjangkau audiens yang lebih spesifik dan relevan.

b. Pemerintah Daerah

Untuk pemerintah daerah dan instansi terkait, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk mendukung UMKM kuliner seperti Teko Play Caruban melalui pelatihan digital marketing, manajemen usaha, dan inovasi produk. Pemerintah juga diharapkan memfasilitasi kolaborasi antara UMKM dan komunitas lokal guna memperkuat ekosistem ekonomi kreatif daerah.

c. Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada jumlah variabel yang diteliti. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti harga, pelayanan, atau loyalitas konsumen untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif. Penggunaan metode kualitatif atau campuran juga dapat dipertimbangkan untuk menggali lebih dalam tentang persepsi dan pengalaman konsumen.