

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen J.Co *donuts & coffee* Bandung, mengenai pembahasan pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Sebagian besar responden J.Co *donuts & coffee* Bandung adalah wanita berusia 21 – 25 tahun dengan frekuensi belanja 1 kali dalam 1 bulan. Para responden secara keseluruhan memberikan persepsi yang positif terhadap pernyataan yang diajukan dalam kuesioner mengenai *store atmosphere* J.Co *donuts & coffee* Bandung. *Eksterior, general interior, dan store layout* mendukung fasilitas fisik terhadap minat beli konsumen J.Co *donuts & coffee* Bandung
2. Minat beli para konsumen berpengaruh juga pada :
  - *Place* ( tempat ), yaitu kehadiran J.Co *donuts & coffee* Bandung menarik konsumen untuk mengetahui produk apa saja yang dijual dalam gerai.
  - *Price* ( harga ), harga yang ditawarkan J.Co *donuts & coffee* Bandung sesuai dengan kebutuhan dan sebanding dengan nilai produk J.Co *donuts & coffee* Bandung.

- *Product* ( Produk ), Produk dari J.Co *donuts & coffee* Bandung adalah makanan yang merupakan produk bermerek yang berkualitas dan perlengkapan transaksional pembayaran yang memuaskan.
  - Layanan, sikap profesionalisme dan keramahan karyawan J.Co *donuts & coffee* Bandung dapat memuaskan konsumen.
3. Dari keempat variabel dimensi *store atmosphere*, mengacu pada penelitian tabel *coefficients* variabel *exterior* dan *store layout* berpengaruh pada minat beli, sedangkan *general interior* dan *interior display* tidak berpengaruh terhadap minat beli J.Co *donuts & coffee* di Bandung.

## 5.2 Saran

Dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada konsumen J.Co *donuts & coffee* Bandung, *store atmosphere* berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen J.Co *donuts & coffee* Bandung dengan nilai pengaruh yang rendah sebesar 5,7%, oleh karena itu beberapa saran yang dapat peneliti berikan adalah :

1. Diharapkan J.Co *donuts & coffee* Bandung dapat meningkatkan suasana toko yang sesuai dengan selera konsumen. *Display* produk yang menarik, aroma dan musik yang nyaman, pencahayaan yang tepat serta tata ruang yang teratur dapat merangsang pengunjung untuk melakukan pembelian sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.
2. Perusahaan diharapkan untuk mengelola *interior display* dan *general interior* dengan lebih memuaskan konsumen dengan menjaga jarak *display* dalam

layout ruangan untuk menata ruang konsumen secara teratur sehingga memudahkan konsumen bergerak dan menghindari penempatan barang-barang pada area yang janggal.

3. J.Co *donuts & coffee* Bandung disarankan dapat mempertahankan pelanggan setia yang sudah ada dengan membentuk komunitas yang lebih baik. Komunitas J.Co *donuts & coffee* dapat difasilitasi dalam penawaran produk makanan dan minuman spesial dari J.Co *donuts & coffee* untuk mengapresiasi kunjungan dan pembelian dari pelanggan yang loyal.
4. Koneksi internet WIFI yang sudah digunakan perlu ditingkatkan, terutama pada waktu kecepatan standar koneksi internet di J.Co *donuts & coffee* Bandung. Hal ini dapat membuat mempertahankan konsumen untuk berlama-lama berada di J.Co *donuts & coffee* Bandung dan melakukan transaksi lebih banyak di tiap kunjungannya.