

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan dengan judul “PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA GREEN CAFE DI BANDUNG” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh variabel *store atmosphere* terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen Geen Café di Bandung. Hal ini menandakan semakin baik penataan *store atmosphere*, maka semakin meningkatkan pembelian pada Green Cafe.
2. Semakin menarik suasana yang diciptakan, maka semakin membekas di ingatan konsumen Geen Cafe di Bandung untuk memantapkan membeli produk Geen Cafe.
3. Dilihat dari karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa responden yang jenis kelamin laki-laki sebanyak 80 (44,4%), sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 100 (65,6%). Dari data tersebut dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan lebih sering mengunjungi Green Cafe.
4. Dari hasil uji validitas, dapat dinyatakan bahwa semua instrumen yang ada dalam tabel tersebut dinyatakan valid karena CFA-nya lebih besar sama dengan 0.40, indikator faktor *instore atmosphere* (in) yang

terdiri dari faktor *instore atmosphere* 1 (in1), faktor *instore atmosphere* 2 (in2), faktor *instore atmosphere* 3 (in3), faktor *instore atmosphere* 4 (in4), faktor *instore atmosphere* 5 (in5), faktor *instore atmosphere* 6 (in6), faktor *instore atmosphere* 7 (in7) berada pada satu komponen yaitu komponen 1. Indikator faktor *outstore atmosphere* (os) yang terdiri dari faktor *outstore atmosphere* 1 (os1), *outstore atmosphere* 2 (os2), *outstore atmosphere* 3 (os3), *outstore atmosphere* 4 (os4), *outstore atmosphere* 5 (os5) berada pada satu komponen yaitu komponen 3, sedangkan faktor *outstore atmosphere* 6 (os6) dibuang karena kurang dari CFA. Indikator keputusan pembelian yang terdiri dari faktor keputusan pembelian 1 (kp1), keputusan pembelian 4 (kp4) dan faktor keputusan pembelian 5 (kp5) semua berada pada satu komponen yaitu komponen 2. Sedangkan keputusan pembelian 2 (kp2) dan keputusan pembelian 3 (kp3) dibuang karena kurang dari CFA.

5. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa *store atmosphere* yang terdiri dari *instore* dan *outstore* secara bersamaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 50,3% dan sisanya sebesar 49,7% dipengaruhi oleh faktor lain.
6. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa *store atmosphere* yang meliputi *instore atmosphere* dan *outstore atmosphere* secara parsial beturut-turut memengaruhi keputusan pembelian konsumen sebesar 50,5% dan 59,7%, sisanya 49,% dan 40,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis dapat memberikan ide atau masukan-masukan kepada Green Café dalam pengelolaan store atmosphere Green Cafe, yaitu:

1. Berdasarkan hasil pengujian data yang telah dilakukan, disarankan agar desain eksterior bangunan (*system* pencahayaan luar ruangan) harus lebih ditingkatkan konsumen mendapatkan penerangan yang cukup serta memberikan kesan keindahan dan kemewahan pada Green Cafe.
2. Disarankan untuk mengadakan promosi tertentu, sehingga dapat mengingatkan konsumen pada Green Cafe. Contohnya pemberian souvenir pada pengunjung yang sedang berulang tahun.
3. Disarankan dapat menciptakan suasana yang lebih menarik sehingga Green Cafe dapat lebih memberi suasana yang berkesan kepada konsumen.