

BAB V
SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan berdasarkan analisis pembahasan serta uraian pada bab- bab sebelumnya, maka penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian diketahui bahwa nilai signifikansi penelitian (0.000) lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai *alpha* (0.05), itu artinya bahwa pada penelitian ini atmosfer berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai *adjusted R square* memiliki nilai 0.919, yang artinya bahwa atmosfer warung pasta café mempengaruhi *Interest* (minat beli) sebesar 91.9%, sedangkan sisanya 8.1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar atmosfer.
3. Atmosfir yang ada di warung pasta cafe adalah sebagai berikut ini.

a. *Exterior*

Exterior warung pasta cafe secara garis besar menurut para pelanggan yaitu, standar dan memenuhi harapan, namun belum mencapai titik sangat memenuhi harapan pelanggan. Pada penelitian ini *exterior* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *interest* (minat beli), namun hal ini bukan berarti bahwa *exterior* bukan sesuatu hal yang tidak penting, karena tidak dapat dipungkiri

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

bahwa *exterior* bisa memberikan perasaan nyaman terhadap pelanggan, sehingga dapat mempengaruhi intensitas kedatangan pelanggan.

b. General Interior

General Interior warung pasta cafe menurut para pelanggan memiliki kualitas standar, dan memenuhi harapan. Pada penelitian ini, *General Interior* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Interest* (minat beli).

c. Layout

Layout warung pasta cafe cukup baik, hal ini dibuktikan dengan jawaban para pelanggan yang menjawab bahwa *layout* standar dan memenuhi harapan pelanggan. Pada penelitian ini *layout* mempengaruhi minat beli secara signifikan.

d. Display

Display pada warung pasta cafe cukup memenuhi harapan para pelanggan, hal ini dibuktikan dari hasil penyebaran kuesioner yang peneliti lakukan, yang rata – rata menjawab memenuhi harapan. Pada penelitian ini *display* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *interest* (minat beli), dan juga memiliki hubungan keeratan yang tinggi (sangat kuat sekali) yaitu sebesar 95.8%, itu artinya dalam penelitian ini faktor *display* memegang peranan terpenting dalam meningkatkan minat beli.

e. Interest (Minat Beli)

Minat beli para pelanggan terhadap produk – produk yang disediakan oleh warung pasta cafe cukup tinggi, hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya

jawaban para pelanggan yang menjawab dengan jawaban 4 (setuju). Itu membuktikan bahwa minat para pelanggan untuk membeli cukup tinggi.

5.2 Saran

Saran yang dapat peneliti sampaikan antara lain :

1. Dari hasil penelitian terbukti bahwa atmosfir mempengaruhi minat beli secara positif dan signifikan sebesar 91.9%, itu artinya bahwa atmosfir memegang peranan penting untuk meningkatkan tingkat pembelian di warung pasta cafe. Perbaikan berkala terhadap atmosfir cafe perlu dilakukan agar para pelanggan tidak merasa jenuh, karena atmosfir merupakan salah satu daya tarik dari sebuah cafe. Perbaikan yang dilakukan secara berkala mengandung artian bahwa perubahan secara total mengenai atmosfir cafe bisa dilakukan terus menerus dalam rentang waktu yang ditentukan, misalkan tiap enam bulan sekali atmosfir cafe drubah berdasarkan tema-tema yang menarik, seperti tema liburan sekolah, tema musim panas, dan tema musim dingin, tema musim kemarau, yang secara kesluruhan atmosfir cafe dapat mewakili tema-tema yang sedang diangkat oleh pihak warung pasta cafe.
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa atmosfir warung pasta cafe dilihat dari sudut pandang pelanggan, memiliki kisaran nilai standar dan memenuhi harapan. Itu mengindikasikan bahwa kejenuhan akan atmosfir warung pasta cafe mulai terasa. Agar pelanggan tetap loyal terhadap warung pasta cafe dan agar warung pasta cafe mampu bertahan dalam persaingan, maka hal ini perlu diperhatikan; hendaknya warung pasta cafe melakukan perbaikan terhadap atmosfir cafe

karena pada penelitian ini diketahui pelanggan menjawab dominan hanya pada jawaban standar dan memenuhi harapan. Untuk mencapai kepuasan maksimal pelanggan, maka hendaknya pihak warung pasta cafe melakukan perubahan atmosfir, namun terlebih dahulu melakukan survei pada para pelanggannya mengenai preferensi atmosfir cafe yang mereka harapkan. Renovasi dilakukan sebaiknya berdasarkan pada dimensi yang paling mempengaruhi minat beli, hal ini bertujuan agar pihak warung pasta cafe bisa meminimalkan biaya untuk renovasi, akan tetapi dapat meningkatkan minat beli pelanggan. Sebaiknya renovasi difokuskan pada general interior dan display, karena kedua faktor ini paling mempengaruhi minat beli. Dari segi general interior, kebersihan perlu lebih diperhatikan, pencahayaan kurang maksimal, temperatur yang tidak membuat nyaman, oleh karena itu renovasi dari segi pewarnaan dinding harus dilakukan, penggunaan kaca transparan perlu ditambah, lampu – lampu ruangan perlu diganti, dan mungkin untuk memperbaiki suhu ruangan, perlu penambahan unt AC.

3. Dalam penelitian ini diketahui bahwa faktor yang paling signifikan mempengaruhi dan memiliki tingkat keeratan yang sangat tinggi dengan minat beli, yaitu faktor *display*. Itu artinya bahwa pihak warung pasta cafe harus memberikan perhatian lebih terhadap display di warung pasta cafe. Dekorasi dinding, display menu yang unik dan menarik, pembungkus yang digunakan, dan fungsi *ergonomic* dari suatu rak, yang keseluruhannya perlu lebih diperhatikan oleh pihak warung pasta cafe, karena hal itu dapat mempengaruhi peningkatan minat beli secara signifikan. Fungsi *ergonomic* mengandung artian

bahwa rak seharusnya di desain lebih terlihat menarik dan memiliki nilai seni tinggi, serta dalam fungsi kemudahan pengambilan barang dalam sebuah rak perlu diperhatikan.

4. Penelitian memperoleh hasil bahwa minat beli konsumen cukup tinggi, namun yang menyatakan jarang terhadap minat beli pelanggan di warung pasta cafe berada di kisaran 25%. Hal ini perlu diwaspadai oleh pihak warung pasta cafe, karena ini mengindikasikan bahwa 25% para pelanggan ini mulai sangat jenuh dengan warung pasta cafe, dan mulai ingin meninggalkan loyalitas mereka terhadap warung pasta cafe, khususnya yang berkenaan dengan atmosfer warung pasta cafe. Peneliti menyarankan, selain diperkuat dari segi atmosfer, pihak warung pasta cafe juga perlu melakukan inovasi baru baik dari segi produk maupun pelayanannya agar tidak terkesan biasa - biasa saja. Inovasi – inovasi yang bisa dilakukan seperti; perubahan menu yang dilakukan tiga bulan sekali, perubahan atmosfer yang dilakukan enam bulan atau setahun sekali, promosi terhadap harga makanan, kumpul kupon gratis, event – event yang menarik seperti untuk para perempuan disediakan minuman gratis, dan lain sebagainya. Semua hal tersebut bertujuan agar menurunkan tingkat kejenuhan para pelanggan lama, sehingga para pelanggan tetap loyal terhadap warung pasta cafe.