

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berikut ini adalah hasil penelitian yang dirangkum dalam bentuk kesimpulan.

Adapun kesimpulan-kesimpulan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Pelaksanaan *Atmosphere* secara umum sudah dilaksanakan dengan baik, yaitu dapat dilihat pada penerangan restoran Ojolali yang terang, ventilasi udara dan pintu restoran Ojolali yang besar membuat keadaan restoran menjadi sejuk, dan pengaturan meja yang teratur sehingga membuat konsumen bebas bergerak dan merasa nyaman.
2. Berdasarkan hasil penilaian dan tanggapan konsumen mengenai pengaruh *Atmosphere* terhadap minat beli konsumen cukup tinggi. Keputusan konsumen dalam membeli produk dipengaruhi oleh kenyamanan suasana didalam restoran tersebut. Kenyamanan suasana dalam restoran Ojolali dapat menarik minat beli konsumen.
3. Dari kuesioner yang telah disebarkan dan analisa uji statistik, maka dapat diketahui terdapat hubungan signifikansi positif antara *Atmosphere* terhadap minat beli konsumen. Hal ini berarti jika *Atmosphere* semakin baik maka akan semakin tinggi minat beli konsumen.

5.2 Saran

Saran yang ingin penulis berikan pada restoran Ojolali demi kemajuan restoran Ojolali di masa yang akan datang adalah sebagai berikut :

1. Dengan adanya hubungan positif yang signifikan antara *Atmosphere* dengan minat beli konsumen, berarti semakin baik. Oleh karena itu, restoran Ojolali harus terus meningkatkan *Atmosphere* agar konsumen merasa nyaman, misalnya diberi lagu-lagu instrumen, live band, dan lain-lain.
2. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi, maka didapat bahwa besarnya hubungan *Atmosphere* sebesar 81.5% dipengaruhi oleh faktor lain. Faktor-faktor lain ini mencakup kualitas makanan, pelayanan dan promosi. Hal ini perlu diperhatikan dan ditingkatkan, seperti memberi merchandise dan memasang neon box agar kelihatan lebih eksklusif.
3. Memberikan dekorasi yang sesuai, sehingga membuat konsumen tertarik dan nyaman berada di Restoran Ojolali, misalnya mengganti warna cat lama dengan yang baru, sebaiknya dengan warna yang cerah, dan diberi gambar yang menarik.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Karena penggunaan kuesioner yang mengadaptasi *Atmosphere* kepada objek penelitian yaitu restoran, maka *eksterior*, *interior*, *lay out*, dan *interior display* tidak cocok digunakan. Jadi dalam hal ini perlu modifikasi kuesioner pada penelitian selanjutnya apabila peneliti lain berminat pada penelitian *Atmosphere*.

DAFTAR PUSTAKA

Berman, Barry and Evans, Joel R. 1998. *Retail Management : a Strategic Approach*. 7th ed. Engelwood Cliff New Jersey: Prentice Hall Inc.

Boyd, Walker, Larreche, *Manajemen Pemasaran, Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Edisi kedua, Jilid I, Penerbit Erlangga, Jakarta

Kotler Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran* (Terjemahan), Edisi Milenium ke 2, Prehallindo, Jakarta

Kotler, Philip 2003, “*Marketing Management*”, Eleventh Edition, New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, Philip, 2004, “*Principles of Marketing*”, Eleventh Edition, New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran* edisi Bahasa Indonesia, Manajemen Pemasaran, PT. Prenhallindo Jakarta

Kotler, Philip, 2006, *Manajemen Pemasaran* edisi Bahasa Indonesia, Manajemen Pemasaran, PT. Prenhallindo Jakarta

Lamb. Hair. McDaniel., 2001, *Essential of Marketing*, Int Thomson Publishing, Ohio

Loudon, David L. & Albert J. Della Betta, *Costumer Behavior : Consepts and Applications*, 7th edition, New York : Mc Graw Hill Inc. 1993.

Malhotra, Naresh K. (2004), *Marketing Research: An Applied Orientation*, Fourth Edition, New Jersey: Prentice Hall.

Mohammad Nazir, 1999, *Metodologi Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta.

Peter, Paul J. & C. Olson, *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, 5th edition, New York: McGraw Hill Inc, 2003

Raymond, Skripsi, "*Analisis Hubungan Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PD Sumber Rejeki*", Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, 2006

Saidi Wahyu, "*Bisnis Restoran* ", MH Publishing ; 2007

Santoso dan Tjiptono (2002), *Riset Pemasaran, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.

Sekaran, U. *Research Method For Business : A Skill Building Approach* (third edition). New York : John Wiley

Tahir, Skripsi, "*Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli konsumen Kafe Bali* ", Jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, 2007

Sumber Lainnya:

➤ <http://www.restaurant wikipedia.org>.

