

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian dan analisis pembahasan yang telah dilakukan, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan. Secara keseluruhan, *store atmosphere* berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Hal ini berdasarkan atas hasil penelitian yang menunjukkan nilai signifikan *alpha*-nya sebesar 0,05. Berdasarkan penelitian mengenai *store atmosphere (exterior)*, maka *exterior* tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen karena nilai signifikan *alpha*-nya sebesar 0,947. Berdasarkan penelitian mengenai *store atmosphere (interior)*, maka *interior* tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen karena nilai signifikan *alpha*-nya sebesar 0,35 lebih besar dari nilai *p-value* 0,05. Berdasarkan penelitian mengenai *store atmosphere (layout)*, maka *layout* tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen karena nilai signifikan *alpha*-nya sebesar 0,34 yang artinya lebih besar dari nilai *p-value* 0,05. Berdasarkan penelitian mengenai *store atmosphere (display)*, maka *display* berpengaruh terhadap minat beli konsumen karena nilai signifikan *alpha*-nya sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai *p-value* 0,05.

5.2 Saran

- Eksterior

Dari hasil penelitian terbukti bahwa eksterior berpengaruh terhadap minat beli konsumen karena konsumen melihat dari luar terlebih dahulu sebelum memasuki

suatu tempat dan dari ekterior yang baik tercipta kesan yang positif juga dari konsumen. Untuk itu, diharapkan “Treehouse Café” dapat memberikan yang terbaik pula untuk para pelanggannya dengan menyajikan ekterior yang lebih menarik lagi agar terbangun kesan positif dari konsumen dan memicu rasa ketertarikan konsumen untuk datang ke “Treehouse Café”.

- Interior

Dari hasil penelitian mengenai interior, dapat dilihat bahwa tidak terdapat pengaruh antara interior dengan minat beli konsumen. Hal ini dapat saja karena disebabkan oleh faktor atmosfer yang lainnya. Untuk itu, diharapkan “Treehouse Café” dapat lebih memperhatikan lagi semua yang berkaitan dengan interior *café* agar konsumen lebih merasa nyaman berada di “Treehouse Café” sehingga konsumen akan lebih banyak membuang waktunya di *café* sambil menikmati beragam fasilitas yang ditawarkan dan dapat memicu minat beli konsumen lebih maksimal lagi.

- *Layout*

Dari hasil penelitian mengenai *layout*, dapat dilihat bahwa tidak terdapat pengaruh antara *layout* dengan minat beli konsumen. Hal ini dapat disebabkan karena faktor *store atmosphere* yang lainnya dan konsumen tidak terfokus hanya kepada *layout* saja. Diharapkan juga “Treehouse Café” dapat lebih memerhatikan dan mempertahankan arus keluar-masuk dalam *café* agar tetap tercipta suasana yang nyaman.

- *Display*

Dari segi *display* dan berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa *display* berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Untuk itu, pihak pengelola *café* dapat lebih memerhatikan lagi mengenai pemajangan *display* agar dapat lebih menarik lagi bagi konsumen, sehingga dapat mempengaruhi peningkatan minat beli konsumen secara signifikan.