

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Kesimpulan yang peneliti dapatkan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara *Store Atmosphere* terhadap Minat Beli konsumen di *Starbucks Coffee* Paris Van Java Bandung. Pernyataan itu dijelaskan oleh hasil uji SPSS yang menampilkan bahwa nilai Sig $0,000 \leq 0,005$ yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak. H_0 ditolak mempunyai arti bahwa terdapat pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Minat beli konsumen di *Starbucks Coffee* Paris Van Java Bandung . Pada tabel R Square bisa kita lihat bahwa minat beli konsumen dipengaruhi oleh *Store Atmosphere* sebesar 12,1% dan 87,9% dipengaruhi oleh faktor lain terhadap minat beli konsumen selain *Store Atmosphere*. Faktor lain tersebut seperti lokasi, *brand image*, harga, promosi, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan lain-lain yang tidak dibahas dan dijelaskan oleh peneliti.

5.2 Implikasi Manajerial

1. Pihak manajemen atau perusahaan harus mampu mempertahankan dan melakukan adaptasi atau transformasi terhadap *Store Atmosphere* agar selalu terlihat menarik atau unik serta nyaman yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan.
2. Pihak manajemen atau perusahaan juga harus gencar melakukan pembaharuan-pembaharuan dari segi produk untuk menarik konsumen baru.

3. Pihak manajemen atau perusahaan harus mencoba memperbanyak promosi-promosi dari segi harga atau produk, agar dapat menarik minat beli konsumen.
4. Pihak manajemen atau perusahaan harus memperhatikan penataan gerai, agar konsumen merasa lebih nyaman.
5. Pihak manajemen atau perusahaan harus dapat menjaga relasi dengan baik dengan para konsumennya, misalnya jika konsumen sudah memiliki kartu member, maka konsumen berhak mendapatkan layanan khusus seperti misalnya informasi-informasi terbaru atau promo melalui layanan SMS, atau e-mail, agar dapat menarik minat beli.
6. Pihak manajemen atau perusahaan harus menambah kualitas pelayanan, seperti misalnya diadakan karyawan yang menyambut di bagian depan pintu gerai, agar konsumen merasa disambut dan hal tersebut dapat menarik minat beli konsumen.
7. Pihak manajemen atau perusahaan perlu memperhatikan fasilitas-fasilitas yang diberikan oleh gerai untuk konsumen, seperti kebersihan, dan layanan internet *wifi*, untuk menambah minat beli konsumen.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut untuk peneliti berikutnya,

1. Melakukan penelitian dengan menggunakan wawancara selain kuesioner.
2. Penelitian diperluas, karena penelitian ini hanya dilakukan di lingkungan Universitas Kristen Maranatha Bandung.

3. Menambah jumlah responden, karena peneliti hanya mengambil sampel 100 orang saja.
4. Tidak hanya menggunakan software SPSS 16.00 sebagai alat pengolahan data.
5. Penelitian sebaiknya menambah variabel lain seperti loyalitas konsumen dan atau sebagainya.