

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang sudah di cantumkan di bab sebelumnya, maka dengan ini peneliti dapat merangkum hasil penelitian dalam bentuk kesimpulan sebagai berikut:

*Store Atmosphere* di kedai kopi Ngopi Doeloe memiliki nilai yang cukup tinggi, responden menilai *Store Atmosphere* saat ini sebagian besar secara positif, dimana mereka menilai situasi yang ada di sekitar lingkungan kedai kopi sebagai lingkungan dengan atmosfir atau suasana yang mereka harapkan.

Lokasi di kedai kopi Ngopi Doeloe memiliki nilai yang cukup tinggi, hal ini berarti para responden menilai lokasi yang sudah ada di Ngopi Doeloe saat ini sebagai hal yang dapat menjawab kebutuhan mereka akan aksesabilitas, visibilitas dan tempat parkir yang luas, untuk dapat melakukan kegiatan konsumsi mereka di Ngopi Doeloe.

Minat Pembelian Ulang di kedai kopi Ngopi Doeloe memiliki nilai yang cukup tinggi, hal ini berarti para responden menilai situasi yang ada di Ngopi Doeloe saat ini mendorong mereka untuk dapat melakukan pembelian lebih lanjut dalam lingkungan kedai kopi.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Store Atmosphere* dan Lokasi terhadap Minat Pembelian Ulang pada responden pengunjung kedai kopi Ngopi Doeloe baik secara simultan maupun parsial.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.**

Dari hasil penelitian, peneliti menyarankan pada peneliti selanjutnya untuk dapat menggunakan berbagai metode penelitian yang beragam, untuk menemukan pengaruh yang paling kuat dengan minat pembelian ulang.

Peneliti menyarankan pada peneliti selanjutnya untuk dapat memasukan berbagai variabel lain yang dapat memiliki pengaruh yang kuat, sesuai dengan hasil-hasil penelitian sebelumnya terhadap minat pembelian ulang.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Peneliti menyarankan kepada pihak pemilik kedai kopi Ngopi Doeloe yang diteliti untuk terus meningkatkan komponen-komponen dari variabel *Store Atmosphere*, yaitu *Exterior*, *General Interior*, *Store Layout*, dan *Interior*, sebagai cara untuk mendapatkan minat pembelian ulang pada para pengunjung. Hal ini dapat dilakukan dengan menjaga lingkungan toko atau kedai kopi tetap sesuai dengan nilai-nilai yang ingin ditonjolkan, yaitu bersih dan nyaman, untuk membuat para pengunjung betah menikmati suasana toko atmosfer dalam lingkungan kedai kopi.

Peneliti menyarankan untuk pembuatan gerai selanjutnya, harus memperhatikan prinsip-prinsip pemilihan lokasi yang baik dan sesuai dengan

target pasar yang dimiliki perusahaan, untuk memastikan bahwa responden yang mengunjungi memiliki kemungkinan lebih besar untuk melakukan pembelian ulang. Dengan memiliki lokasi yang strategis dan sesuai dengan target perusahaan, maka para responden akan merasakan dan menghayati adanya kedai kopi Ngopi Doeloe yang dibangun sesuai dan dapat menjawab kebutuhan mereka.

