

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Dari hasil analisa dan pengolahan data pada penelitian tentang “Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Café Nanny’s Pavillon”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari analisis statistik data responden diketahui bahwa mayoritas responden adalah yang berjenis kelamin perempuan, yaitu sebesar 271 orang atau 77,4% sedangkan sisanya adalah responden yang berjenis kelamin laki-laki, yaitu sebanyak 79 orang atau 22,6%.
2. Dilihat dari uji validitas beberapa *item* pernyataan yang valid pada *Store Atmospheret* terdiri dari *item* 1,2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29 dan Minat Beli terdiri dari *item* 1, 2, 3, 4
3. Dari hasil uji reliabilitas, beberapa instrumen dinyatakan *reliable* karena lebih besar dari nilai *cronbach alpha*. Variabel *Store Atmosphere* (X) dengan *cronbach alpha* = 0,954 \geq 0,6. Variabel minat beli konsumen (Y) dengan *cronbach alpha* = 0,919 \geq 0,6. Dari hasil uji reliabilitas seluruh variabel yang telah dinyatakan *reliable* karena nilai *cronbach alpha* \geq 0,6.
4. *Store Atmosphere* Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Café Nanny’s Pavillon, dengan persentase pengaruh sebesar 56,8%, sedangkan sisanya sebesar 43,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini masih terdapat keterbatasan-keterbatasan. Adanya keterbatasan ini diharapkan dapat dilakukan perbaikan dan menjadi bahan pembelajaran bagi penelitian selanjutnya. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya kesungguhan dari beberapa responden dalam menjawab pernyataan. Hal ini dikarenakan aktivitas beberapa responden yang cukup padat dan *item* pertanyaan yang dianggap cukup banyak oleh beberapa responden.
2. Masih tingginya keengganan responden dalam menjawab pernyataan-pernyataan penelitian sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Hal ini tampak dalam jawaban responden yang banyak mengumpul pada jawaban sangat setuju sehingga hal ini memungkinkan adanya jawaban-jawaban yang bias.

5.3 Implikasi Penelitian

a. Implikasi teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menguatkan teori tentang ilmu manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan *store atmosphere* dan minat beli.

b. Implikasi Manajerial

Membantu pihak manajemen Café Nanny's Pavillon untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang paling memengaruhi meningkatkan minat beli konsumen.

c. Implikasi Metodologi

Menjadi bahan referensi atau bacaan, khususnya bagi pihak yang mengadakan penelitian sejenis di masa yang akan datang.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan serta beberapa kesimpulan pada penelitian di atas, adapun beberapa saran yang kiranya dapat bermanfaat yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih baik, yaitu:

1. Diharapkan peneliti lain melakukan penelitian dengan model penelitian yang berbeda dari yang telah dilakukan oleh peneliti di dalam penelitian ini serta menggunakan variabel yang berbeda atau dapat menambahkan beberapa variabel baru ke dalam penelitian.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan lebih memperhatikan konsistensi responden dalam menjawab setiap *item* pernyataannya.
3. *Outlet* tanpa AC tidak memengaruhi niat konsumen untuk membeli sehingga Nanny's Pavillon harus mencari faktor-faktor lain yang memengaruhi minat konsumen seperti *external Layout* (lahan parkir) dan meningkatkan kualitas dari faktor-faktor yang memengaruhi niat beli konsumen.
4. Konsumen Nanny's Pavillon tidak merekomendasikan Nanny's Pavillon kepada saudara dan sahabat mereka. Sehingga pihak manajemen Nanny's Pavillon harus membuat suatu penawaran menarik yang bisa membuat pengunjung Nanny's Pavillon tertarik untuk merekomendasikan Nanny's Pavillon seperti memberikan voucher

diskon. Setiap konsumen yang mengajak sahabat/saudaranya ke Nanny's Pavillon harus menunjukkan *screenshoot* percakapan mereka di sosial media.

