

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan store atmosphere oleh Kafe Bali adalah sebagai berikut :

1) Terhadap eksterior :

Kafe Bali mempunyai papan nama dengan tulisan yang terlihat jelas dan warna yang menarik. Bangunan luar toko dengan perpaduan nuansa modern dan natural membuat konsumen dapat melihat dengan jelas ditunjang dengan lokasi berada di tempat yang strategis membuat Kafe Bali dapat dengan mudah ditemukan oleh konsumen. Keamanan dan kenyamanan tempat parkir dengan disediakannya petugas parkir dan satpam.

Pintu masuk yang cukup lebar sehingga tidak mengganggu arus keluar masuk konsumen di Kafe Bali.

2) Terhadap interior :

Penerangan di dalam ruangan Kafe Bali sudah baik, aroma ruangan terasa segar, temperatur udara yang sejuk, alunan musik yang dimainkan dan jarak antar meja yang lebar membuat konsumen dapat bersantap dengan santai dan leluasa. Produk yang ditawarkan beraneka ragam dan berkualitas dari *indonesian food*, *asian food*

dan eropean food. Informasi mengenai harga makanan dan minuman terlihat jelas pada daftar menu yang telah disediakan. Pegawai Kafe Bali memberikan pelayanan yang baik dan ramah terhadap konsumen. Jumlah kasir yang cukup memadai sehingga proses pembayaran dapat dilakukan dengan cepat. Kebersihan dalam ruangan terjaga karena setiap saat ada petugas yang membersihkan.

2. Penilaian konsumen terhadap store atmosphere yang dilaksanakan oleh Kafe Bali adalah sebagai berikut :

- 1) Tertarik untuk berkunjung kembali ke Kafe Bali karena suasananya (37.5% sangat setuju, 48.1% Setuju, 13.1% netral dan 1.3% tidak setuju)
- 2) Merasa nyaman ketika berkunjung ke Kafe Bali (35.6% sangat setuju, 53.8% setuju, 8.8% netral dan 1.9% tidak setuju)
- 3) Menghabiskan waktu yang lama ketika berkunjung ke Kafe Bali (30.6% sangat setuju, 54.4 % setuju , 14.4% netral dan 0.6% tidak setuju)
- 4) Sering berkunjung ke Kafe Bali karena suasananya (34.4% sangat setuju, 55% setuju dan 9.4% Netral dan 1.3% tidak setuju)
- 5) Berniat merekomendasikan dan mengajak kerabat untuk berkunjung ke Kafe Bali karena suasananya (31.3% sangat setuju, 55% setuju, 11.3% netral, 1.9% tidak setuju, 0.6% sangat tidak setuju)

3. Besarnya pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen di Kafe Bali adalah sebagai berikut :

Berdasar hasil di atas terdapat hubungan yang cukup erat, ditunjukkan dengan koefisien korelasi multipel $R = 0,596$ yang artinya mempunyai hubungan cukup kuat dengan minat beli konsumen di Kafe Bali. Dengan menggunakan metode yang sama, diketahui pula bahwa elemen dari *store atmosphere* yang mempunyai hubungan paling kuat dengan minat beli konsumen adalah elemen eksterior dengan nilai koefisien regresi $b = 0,459$. Kemudian diikuti dengan elemen interior dengan koefisien regresi $= 0,374$. Dari hasil uji signifikansi diketahui bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *store atmosphere* dengan minat beli konsumen. Hal ini berarti jika *store atmosphere* semakin baik maka akan semakin tinggi minat beli konsumen.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Karena penggunaan kuesioner yang mengadaptasi *store atmosphere* kepada objek penelitian yaitu kafe maka *interior pop display* dan *store layout* tidak cocok digunakan. Jadi dalam hal ini perlu modifikasi kuesioner pada penelitian selanjutnya apabila peneliti lain berminat pada penelitian *store atmosphere*.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis berdasarkan hasil penelitian adalah :

1. Adanya hubungan positif yang signifikan antara *store atmosphere* dengan minat beli .Hal ini berarti jika *store atmosphere* semakin baik maka akan semakin tinggi minat beli konsumen. Oleh karena itu Kafe Bali harus terus mempertahankan dan meningkatkan *store atmosphere* agar konsumen merasa nyaman dan betah dalam berbelanja.
2. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi, didapat bahwa besarnya hubungan *store atmosphere* sebesar 35,5% dan sisanya disebabkan oleh faktor – faktor lain. Faktor – faktor ini juga harus diketahui dan diperhatikan oleh pihak manajemen Kafe Bali agar dapat dilakukan penelitian lebih lanjut, seperti produk atau jasa, promosi dan kualitas pelayanan. Oleh karena itu perlu diteliti hubungan faktor – faktor tersebut terhadap minat beli konsumen di Kafe Bali.

