

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data, kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh *store atmosphere* (*eksterior, general interior, store layout & interior display*) terhadap minat beli konsumen Noah's Barn Coffeenery Dago di Kota Bandung sebesar 3,00% dan sisanya sebesar 97,00% dipengaruhi faktor lain di luar *store atmosphere* seperti kualitas pelayanan, promosi dan harga serta pengaruh – pengaruh lainnya.
2. Berdasarkan pernyataan *Store Atmosphere* yaitu *Exterior, General Interior, Store Layout & Interior Display* pada Noah's Barn Coffeenery Dago di Kota Bandung, mayoritas responden menjawab setuju dan sangat setuju atas pernyataan masing – masing item pernyataan yang diajukan.
3. Berdasarkan pernyataan minat beli konsumen Noah's Barn Coffeenery Dago di Kota Bandung mayoritas konsumen menjawab setuju untuk masing-masing item pernyataan yang diajukan.

#### 5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan, penelitian ini memiliki kontribusi bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak pada industry rumah makan/ café terutama untuk Noah's Barn Coffeenery Dago di Kota Bandung, terkait dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen, diharapkan mampu mempertahankan serta mengelola dan meningkatkan strategi persaingan yang dimiliki, bahkan agar perusahaan mampu memiliki keunggulan yang dapat menjadi *strength* bagi perusahaan sehingga perusahaan akan tetap dapat bersaing dengan pesaingnya, serta penelitian ini dapat membantu perusahaan khususnya Noah's Barn Coffeenery Dago di Kota Bandung sebagai pertimbangan keputusan manajemen khususnya pada bagian *store atmosphere*.
2. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dengan menambah faktor – faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen, misalnya bauran pemasaran seperti harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan sebagainya, serta dapat menambah jumlah sampel penelitian sehingga data yang diperoleh semakin banyak dan dapat mengeneralisasi populasinya.