

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari *visual merchandising* dengan dimensi *window display*, *floor merchandising*, *promotional signage*, serta *atmosphere* terhadap *impulse buying* dari generasi milenial pada kafe restoran di sepanjang jalan R.E. Martadinata, Bandung. Berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan model regresi berganda, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: *Window display* tidak berpengaruh terhadap *impulse buying*. *Floor merchandising* berpengaruh positif terhadap *impulse buying*. *Promotional signage* berpengaruh positif terhadap *impulse buying*. *Atmosphere* berpengaruh negatif terhadap *impulse buying*. Variabel *window display*, *floor merchandising*, *promotional signage*, dan *atmosphere* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying*.

Eksterior dan dekorasi dari kafe restoran di sepanjang jalan R.E. Martadinata kurang menarik perhatian para generasi milenial, karena mereka lebih memilih sesuatu yang kekinian. Tata letak dari kafe restoran di sepanjang jalan R.E. Martadinata sudah cukup bagus, sehingga terdapat banyak ruang gerak didalam kafe yang membuat para konsumen generasi milenial merasa nyaman. Keberadaan tanda promosi dari kafe restoran di

sepanjang jalan R.E. Martadinata sudah cukup strategis, karena dapat dengan mudah dilihat oleh konsumen generasi milenial. Selain itu, informasi dari promosi dan menu makanan yang disertai dengan gambar juga dapat dengan mudah dipahami oleh para konsumen generasi milenial. Musik yang diputar dalam kafe restoran di sepanjang jalan R.E. Martadinata terkadang tidak sesuai dengan konsep kafe, dan terlalu keras, sehingga membuat konsumen generasi milenial terganggu saat sedang mengobrol, dan merasa tidak nyaman.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Untuk praktisi, para manajer senantiasa memperhatikan bahwa untuk memperbaiki kinerja perusahaan dengan melakukan peningkatan dari segi pelayanan, serta memperhatikan eksterior dan dekorasi dari kafe agar para konsumen generasi milenial tertarik untuk mendatangi kafe. Penggunaan musik yang sesuai dengan konsep kafe dapat membuat para konsumen generasi milenial merasa lebih nyaman saat sedang mengobrol.
2. Untuk akademisi, dapat menggunakan penelitian ini sebagai masukan, dan untuk penelitian berikutnya mungkin bisa mengganti ataupun menambahkan variabel lain seperti variabel demografi dan harga.