

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab IV, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Cleanliness* terhadap *Purchase Intention* dengan total pengaruh 54,8% dan 45,2% dipengaruhi oleh faktor lain.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Music* terhadap *Purchase Intention* dengan total pengaruh 64,3% dan 35,7% dipengaruhi oleh faktor lain.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Scent* terhadap *Purchase Intention* dengan total pengaruh 63,1% dan 36,9% dipengaruhi oleh faktor lain.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Temperature* terhadap *Purchase Intention* dengan total pengaruh 48,5% dan 51,5% dipengaruhi oleh faktor lain.
5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Lighting* terhadap *Purchase Intention* dengan total pengaruh 61,7% dan 38,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

6. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Color* terhadap *Purchase Intention* dengan total pengaruh 65% dan 35% dipengaruhi faktor lain.
7. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Display/Layout* terhadap *Purchase Intention* dengan total pengaruh 63,4% dan 36,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Sampel dalam penelitian ini hanya terbatas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Maranatha. Hal tersebut juga dikarenakan adanya keterbatasan waktu dan biaya dari peneliti, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan dalam lingkup yang lebih luas.
2. Penelitian ini hanya mengidentifikasi elemen dari *Store Atmosphere* yang mempengaruhi *Purchase Intention* yang tidak dibahas di dalam penelitian ini adalah promosi, harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan.
3. Responden kurang tertarik dengan kuesioner yang diedarkan.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

1. Bagi Perusahaan

Variabel *store atmosphere* memberikan pengaruh terhadap *purchase intention* 180 *Coffee and Music*. Berdasarkan penelaian responden dalam penelitian ini upaya yang sebaiknya harus dilakukan oleh 180 *Coffee and*

Music harus terus memperhatikan pengelolaan *Store Atmosphere* karena konsumen akan lebih memilih tempat kuliner yang unik dan memiliki atmosfer yang berbeda sehingga dapat mempengaruhi Minat Beli/*Purchase intention*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan pada faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi minat beli. Atau pun mengembangkan penelitian dengan memperhatikan dimensi-dimensi lain dari *Store Atmosphere* dan juga memperhatikan sisi lain seperti pengaruh promosi terhadap minat beli. Karena masih ada 35,7% yang di pengaruhi oleh faktor lain.

