

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa responden yang diteliti sebanyak 200, mayoritas responden yang diteliti berjenis kelamin pria yaitu sebanyak 113 orang responden atau dengan persentase 56.5%. Sedangkan sisanya adalah responden wanita yaitu sebanyak 87 orang atau dengan persentase 43.5%, dengan umur mayoritas adalah responden dari umur 21-31 tahun yaitu sebanyak 108 orang dengan persentase 54.0%, sedangkan minoritas adalah responden dengan umur diatas 40 tahun yaitu sebanyak 5 orang dengan persentase 2.5%, dengan pekerjaan mayoritas adalah responden dari lainnya sebanyak 81 orang dengan persentase 40.5%, sedangkan minoritas adalah responden dengan pekerjaan sebagai pegawai negeri sebanyak 10 orang dengan persentase 5.0%, dengan Pengeluaran bulanan kurang dari 2 juta yaitu sebanyak 61 orang atau dengan persentase 30.5%, sedangkan minoritas adalah responden dengan pengeluaran bulanan lebih dari 4 juta yaitu sebanyak 37 orang dengan persentase 18.5%. dan seluruh respondennya pernah datang ke Crooze Coffee.
2. General Interior berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Crooze Coffee. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig. sebesar 0.038 lebih kecil dari tingkat signifikan penelitian 0.05.

3. Exterior berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Crooze Coffee. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig. sebesar 0.005 lebih kecil dari tingkat signifikan penelitian 0.05.
4. Store Layout tidak begitu berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Crooze Coffee. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig. sebesar 0.683 lebih besar dari tingkat signifikan penelitian 0.05. karena dari tata letak toko dari meja kursi sudah di tata dengan rapi tapi dengan kondisi yang tidak bisa di tebak jika konsumen melebihi kapasitas maka tata letak kursi dan meja bisa di atur sesuai kebutuhan.
5. Interior Displays tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Crooze Coffee. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig. sebesar 0.503 lebih besar dari tingkat signifikan penelitian 0.05. karena dalam faktor ini konsumen datang ke Crooze Coffee bukan untuk melihat dan memperhatikan gambar dan poster serta petunjuk arah toilet dan kasir yang akan mempengaruhi keputusan pembelian.
6. Elemen Store Atmosphere yang meliputi General Interior, Exterior, Store Layout, dan Interior Displays berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Crooze Coffee dengan nilai sig. 0.000 lebih kecil dari tingkat signifikan penelitian 0.05. tingkat pengaruh Store Atmosphere terhadap keputusan pembelian di Crooze Coffee adalah sebesar 16.3%, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan penulis terjait dengan kesimpulan penelitian ini, adalah:

1. Bagi Crooze Coffee disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan Store Atmosphere karena terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, pihak Crooze Coffee perlu lebih meningkatkan terutama pada faktor Store Layout dan Interior Displays. Hal ini akan membuat konsumen semakin nyaman dan akan mendorong keputusan pembelian.
2. Crooze Coffee memiliki Store Atmosphere yang kuat bagi konsumennya. General interior merupakan faktor yang paling mempengaruhi konsumen dalam membeli produk dari Crooze Coffee.
3. Peneliti menyarankan untuk dapat menggunakan sampel dan karakteristik yang beragam sehingga kemampuan generalisasi dapat lebih besar
4. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada Coffee Shop ataupun Cafe yang ada di Kota Bandung. Penelitian ke depan perlu memasukan beberapa variabel-variable lain yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian.