

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik suatu gambaran umum mengenai korelasi antara *store atmosphere* dan dimensi-dimensi perilaku konsumen sebagai berikut:

1. Secara umum terdapat korelasi yang positif antara *store atmosphere* dan perilaku konsumen di Kampung Daun *Culture Gallery & Café*.
2. Dari keempat dimensi perilaku konsumen, *store atmosphere* memiliki korelasi paling besar dengan dimensi fisik diikuti oleh dimensi performa dan kepuasan. Dimensi ketiga adalah dimensi eksplorasi dan yang terakhir adalah dimensi komunikasi yang juga memiliki korelasi positif.
3. Dimensi fisik memiliki korelasi yang positif dengan elemen eksterior, *general interior* dan *layout*.
4. Dimensi eksplorasi memiliki korelasi yang positif dengan elemen *general interior*, eksterior dan *layout*.
5. Dimensi komunikasi memiliki korelasi yang positif namun tidak signifikan dengan elemen eksterior dan *general interior*. Korelasi antara dimensi komunikasi dan elemen *layout* positif dan signifikan.

6. Dimensi performa dan kepuasan memiliki korelasi yang positif dan signifikan dengan elemen eksterior, *general interior* dan *layout*.

5.2 Saran

Saran teoretis:

1. Bagi peneliti selanjutnya, jika ingin melakukan penelitian mengenai *store atmosphere* dapat melakukan penelitian lanjutan dengan mengorelasikan *store atmosphere* dengan faktor-faktor yang memengaruhi secara lebih mendalam.
2. Peneliti selanjutnya juga dapat melakukan penelitian dengan melibatkan sampel yang berjumlah lebih banyak dari penelitian ini dengan jumlah item yang lebih banyak.
3. Bagi peneliti selanjutnya, jika ingin melakukan penelitian mengenai penelitian lanjutan dapat melakukan korelasi secara lebih spesifik mengenai korelasi *store atmosphere* terhadap perilaku *approach* dan *avoidance* karena dalam penelitian ini, peneliti tidak secara khusus meneliti hal ini.

Saran praktis:

1. Dimensi fisik merupakan dimensi yang memiliki derajat korelasi terkuat dengan dimensi perilaku konsumen. Dalam dimensi ini elemen eksterior memiliki derajat hubungan terlemah. Peneliti menyarankan agar pihak Kampung Daun meningkatkan kualitas elemen eksterior karena elemen ini berperan besar untuk

mengundang konsumen ke Kampung Daun, misalnya dengan memberi tambahan ornamen yang lebih mencerminkan budaya yang diusung oleh Kampung Daun dan memperbaiki lapangan parkir kendaraan roda dua dan roda empat yang masih menggunakan bebatuan karena konsumen terkadang merasa kesulitan untuk memarkir kendaraan dengan kondisi tanah seperti itu.

2. Saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan keinginan konsumen untuk mengelilingi area Kampung Daun adalah dapat dengan membuat peta mengenai area Kampung Daun. Banyak konsumen yang tidak menyadari ada joglo berusia 400 tahun di Kampung Daun dan apabila keberadaan joglo ini disebarkan dengan memasang seperti papan berisi peta Kampung Daun di lokasi strategis seperti di area depan, joglo ini dapat digunakan lebih maksimal untuk menarik konsumen. Peta ini juga dapat digunakan untuk memudahkan konsumen dalam mencari letak saung.
3. Konsumen merasa kualitas cita rasa makanan juga dirasakan masih kurang sesuai dengan harga yang ditawarkan, sehingga disarankan untuk meningkatkan kualitas cita rasa makanan karena apabila *atmosphere* yang kuat ditunjang dengan kualitas makanan yang baik, akan menjadi kekuatan lebih bagi Kampung Daun dan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.