

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Store Atmosphere dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada Seulawah Kupa MMTC Medan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- 1 *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik suasana yang diciptakan Seulawah Kupa, meliputi tata ruang, pencahayaan, kenyamanan, dan kebersihan maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen. *Store atmosphere* yang menarik mampu membangun pengalaman emosional positif yang mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.
- 2 Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti gaya hidup konsumen, seperti kebiasaan bersosialisasi, mengikuti tren, dan mencari tempat nyaman untuk bersantai atau bekerja, berperan penting dalam menentukan keputusan pembelian di Seulawah Kupa.
- 3 *Store Atmosphere* dan Gaya Hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan Seulawah Kupa dalam menarik minat pengunjung dan mempertahankan loyalitas pelanggan tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk yang disajikan, tetapi juga oleh pengalaman yang dirasakan konsumen selama berada di dalam kafe.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan peneliti yaitu :

1 Bagi Pihak Seulawah Kupa

- a. Pihak manajemen disarankan untuk melakukan evaluasi terhadap desain interior, terutama jarak antar meja dan area duduk, agar tidak terlalu padat pada saat jam ramai. Pengaturan tata ruang yang lebih luas dapat dilakukan dengan cara mengurangi jumlah meja dan kursi, menata ulang posisi furnitur agar sirkulasi pergerakan pengunjung lebih leluasa, serta menyediakan jalur akses yang jelas antar area duduk. Selain itu, perlu dilakukan perawatan dan pengaktifan kembali kipas angin outdoor yang tidak berfungsi, serta penambahan kipas angin pada area yang minim sirkulasi udara guna menjaga kenyamanan pengunjung, terutama pada siang hari. Dengan suasana kafe outdoor yang lebih nyaman, tidak panas, dan tidak terasa sesak, konsumen akan merasa lebih betah untuk berlama-lama, sehingga peluang terjadinya pembelian berulang (*repeat purchase*) juga semakin tinggi.
- b. Pihak manajemen Seulawah Kupa disarankan untuk memperkuat daya tarik kafe melalui penciptaan suasana outdoor yang lebih estetik dan sesuai dengan tren media sosial. Hal ini dapat dilakukan dengan penambahan dekorasi tematik sederhana, penyediaan spot foto yang menarik, serta pencahayaan yang mendukung tampilan visual kafe, khususnya pada malam hari. Selain itu, penyelenggaraan event ringan seperti live music atau acoustic night secara berkala dapat meningkatkan minat konsumen untuk berkunjung di luar jam makan. Di sisi lain, penyediaan area yang lebih tenang bagi pengunjung yang bekerja atau belajar juga perlu diperhatikan agar Seulawah Kupa mampu menyesuaikan suasana kafe dengan beragam gaya hidup konsumen.
- c. Pihak Seulawah Kupa perlu meningkatkan kenyamanan pengunjung melalui perbaikan fasilitas pendukung, seperti

penyediaan kursi yang ergonomis, optimalisasi kipas angin outdoor yang berfungsi dengan baik, serta menjaga kebersihan area kafe secara rutin. Selain itu, manajemen disarankan untuk memberikan pelatihan pelayanan kepada karyawan, khususnya terkait keramahan dalam berinteraksi dengan pelanggan, kecepatan dan ketepatan dalam melayani pesanan, serta kemampuan menangani keluhan konsumen dengan baik. Peningkatan kualitas pelayanan tersebut diharapkan dapat membentuk persepsi positif konsumen terhadap kenyamanan secara keseluruhan, sehingga konsumen semakin yakin untuk memilih Seulawah Kupa dibandingkan kafe lain di sekitarnya.

2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memfokuskan penelitian pada faktor kualitas produk yang juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, seperti rasa dan konsistensi produk, kualitas bahan baku, variasi menu, serta penyajian produk. Dengan menambahkan variabel kualitas produk dalam model penelitian, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam dan komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya pada usaha kafe.