

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Kafe Siomay Bakso Mewah Tembung. Oleh karena itu, H1 dalam penelitian ini diterima. Hal ini terjadi karena *store atmosphere* secara keseluruhan cukup baik dan juga suasana yang menyenangkan membuat konsumen tertarik untuk datang berkunjung dan menikmati makanan dan minuman yang ditawarkan.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Kafe Siomay Bakso Mewah Tembung. Oleh karena itu, H2 dalam penelitian ini diterima. Hal ini terjadi karena sebelum melakukan pembelian, konsumen terlebih dahulu melihat dimana lokasi usaha tersebut dijalankan. Oleh karena itu, pemilihan lokasi yang strategis perlu dilakukan agar dapat meningkatkan minat beli konsumen.
3. Pada penelitian ini *store atmosphere* merupakan variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap minat beli konsumen pada Kafe Siomay Bakso Mewah Tembung kemudian selanjutnya dipengaruhi oleh variabel lokasi.
4. Nilai *R square* (R^2) = 0,305 menunjukkan bahwa secara bersama-sama *Store Atmosphere* dan Lokasi berpengaruh sebesar 30,5% terhadap minat beli

konsumen pada Kafe Siomay Bakso Mewah Tembung dan sisanya sebesar 69,5% dijelaskan oleh faktor lain diluar dari variabel dalam penelitian ini.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa saran yang ingin disampaikan, diantaranya sebagai berikut;

1. Pihak pengelola kafe hendaknya memperhatikan dan meningkatkan keunikan *store atmosphere* agar konsumen tidak bosan dan merasa betah serta nyaman saat berada di dalam kafe sehingga konsumen terus berminat untuk datang berkunjung ke kafe Siomay Bakso Mewah Tembung dan kafe Siomay Bakso Mewah Tembung mampu bersaing dengan kafe-kafe lain. Misalnya dengan mengganti warna atau tema dalam kafe, mengganti pernak-pernik kafe dengan barang terkini tetapi tidak mengurangi ciri khas kafe itu sendiri, memberikan pengharum ruangan agar ruangan terasa lebih segar, dan memperhatikan penataan ruangan agar tampak lebih rapi.
2. Pihak pengelola kafe hendaknya memperhatikan aspek lokasi, mengingat lokasi usaha yang tidak terlalu besar, pihak pengelola kafe harus lebih bijak lagi dalam memaksimalkan penggunaan ruangan dalam kafe sehingga penataan ruang dapat lebih baik lagi. Selain itu, akses jalan dan tempat parkir yang aman dan memadai juga harus diperhatikan agar konsumen merasa aman saat meninggalkan kendaraannya saat berkunjung ke kafe dan lebih mudah saat memarkirkan kendaraan atau mengambil kembali kendaraannya.

3. Dikarenakan lokasi yang kurang strategis, pihak pengelola kafe hendaknya aktif melakukan promosi kepada konsumen baik itu melalui media sosial maupun media cetak. Promosi dapat juga dilakukan dengan memberikan potongan harga kepada konsumen agar dapat menarik minat beli konsumen.
4. Peneliti yang akan meneliti tentang minat beli konsumen pada sebuah perusahaan untuk waktu kedepan, disarankan agar dapat menambah variabel penelitian lainnya seperti bauran pemasaran, citra toko, kualitas pelayanan, dan sebagainya. Selain itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih baik lagi dalam pembuatan kuesioner sehingga mengenai sasaran yang ingin dicapai sehingga penelitian berikutnya lebih sempurna.