

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Sebelumnya penulis telah melakukan penelitian dengan mengumpulkan data dari para responden dan menganalisis mengenai pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Bober Café cabang Riau Bandung. Maka setelah melakukan penelitian ini penulis menemukan beberapa kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian tersebut. Beberapa kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah:

1. Bober Café cabang Riau Bandung memiliki *store atmosphere* yang baik dimata konsumen yang dapat ditunjukkan oleh tanggapan konsumen yang sebagian besar menyatakan “setuju” karena nilai rata-rata dari keseluruhan pernyataan adalah sebesar 4,00 yang berada pada interval 3,40 - 4,19. Sedangkan dari hasil analisis mengenai tanggapan konsumen atas keputusan pembelian di Bober Café cabang Riau memiliki nilai rata-rata dari keseluruhan pernyataan adalah sebesar 4,10 yang artinya konsumen menyatakan setuju atas keputusan pembelian pada Bober Café cabang Riau karena berada pada interval 3,40 – 4,19.
2. Dari perhitungan koefisien korelasi *Rank Spearman* yang dihitung dengan menggunakan program SPSS 15.0 maka ditemukan hasilnya sebesar 0.422, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel X (*store atmosphere*) dan variabel Y (keputusan pembelian) terdapat hubungan dan bersifat positif atau hubungannya searah artinya semakin tinggi *store atmosphere* Bober Café cabang Riau di mata masyarakat, maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian konsumen di Bober Café cabang Riau Bandung. Tetapi hubungan antara *store atmosphere* dan keputusan pembelian termasuk

kategori yang cukup kuat karena berada pada interval 0,400 – 0,599 hal ini disebabkan karena keputusan pembelian lebih dipengaruhi oleh faktor lain diluar *store atmosphere* seperti: harga, promosi, *brand image*, hubungan emosional konsumen dengan merek tertentu, dan sebagainya.

3. Untuk koefisien determinasi didapat hasil perhitungan koefisiennya sebesar 17,80%. Maka persentase dari pengaruh variabel X (*store atmosphere*) dan variabel Y (keputusan pembelian) sebesar 17,80% dan sisanya sebesar 82,20% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dikaji didalam penelitian ini, seperti: harga produk, promosi, hubungan emosional konsumen dengan merek/toko yang lain, dan variabel-variabel lainnya.
4. Kesimpulan dari uji hipotesis satu arah/pihak kanan yang telah dilakukan dengan menggunakan rumus perbandingan maka disimpulkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ternyata diperoleh  $t_{hitung} = 4.607$  yang lebih besar dari  $t_{tabel} = 1.9845$ , sehingga berada di daerah penolakan  $H_0$ . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang berarti antara *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen. Kondisi tersebut sesuai dengan hipotesis penulis, yaitu “*store atmosphere* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen”.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka penulis mencoba memberikan saran dan masukan yang dapat berguna dan menjadi pertimbangan bagi kemajuan Bober Café cabang Riau Bandung di masa yang akan datang, diantaranya:

1. Pihak manajemen Bober Café cabang Riau harus selalu mengadakan survey rutin terhadap konsumen tentang *store atmosphere* dan faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga

diharapkan akan muncul ide-ide baru yang inovatif sesuai dengan kedua belah pihak, yaitu konsumen dan perusahaan.

2. Pihak manajemen Bober Café cabang Riau Bandung juga harus dapat mempertahankan elemen-elemen *store atmosphere* yang telah dianggap baik pelaksanaannya oleh konsumen seperti bangunan luar terlihat menarik, karyawan yang ramah dan sopan, pengaturan cahaya, warna dinding ruangan café, dan lain sebagainya.
3. Pihak manajemen Bober Café cabang Riau diharapkan dapat memperbaiki elemen-elemen yang dianggap kurang oleh pengunjung, seperti:
  - Papan nama Bober Café, diharapkan dibuat lebih jelas dan ditambahkan penerangan agar dapat terlihat jelas oleh konsumen sehingga menimbulkan rasa ketertarikan oleh konsumen untuk berkunjung.
  - Pintu masuk Bober Café, diharapkan dapat diperbaiki agar lebih lebar lagi sehingga mempermudah akses keluar-masuk konsumen.
  - Pengaturan cahaya yang masih dianggap kurang, pihak Bober Café diharapkan dapat memperbaikinya.
  - Musik yang disajikan dan aroma didalam Bober Café, music yang diputar bisa lebih berkualitas lagi dan aroma café dibuat lebih segar.
4. Pihak manajemen Bober Café cabang Riau Bandung harus lebih mengetahui dan memahami lagi kebutuhan para konsumennya, seperti memperbaharui menu hidangan agar konsumen tidak bosan dengan menu-menu yang lama. Lalu memperbaharui unsur-unsur hiburan yang akan disajikan untuk para konsumennya agar tidak bosan dengan program hiburan yang sudah ada. Pihak manajemen Bober harus lebih inovatif lagi untuk kedepannya.