

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut. Ketiga variabel independent pada penelitian ini secara Bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen rumah makan Taman Kopi Resto.

1. *Store atmosphere* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen rumah makan Taman Kopi Resto, dengan t hitung 4,391 yang berarti lebih besar dari t tabel (1,66055), dengan taraf signifikansinya 0,000 yang berarti lebih besar dari 0,05 (α). Hal ini menunjukkan bahwa *store atmosphere* merupakan indikator yang berperan penting dalam meningkatkan minat beli konsumen.
2. Kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen rumah makan Taman Kopi Resto, dengan nilai t hitung sebesar 2,179 yang berarti lebih dari t tabel (1,66055), dengan taraf signifikansinya 0,032 yang berarti jauh lebih kecil dari 0,05 (α). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan indikator yang berperan penting dalam meningkatkan minat beli konsumen.
3. Lokasi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen rumah makan Taman Kopi Resto, dengan nilai t hitung sebesar

2,245 yang berarti lebih dari t tabel (1,66055), dengan taraf signifikansinya 0,027 yang berarti jauh lebih kecil dari 0,05 (α). Hal ini menunjukkan bahwa lokasi merupakan indikator yang berperan penting dalam meningkatkan minat beli konsumen.

4. Ketiga variabel *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan lokasi secara Bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen rumah makan Taman Kopi Resto, dengan nilai F hitung sebesar 39.375 yang berarti lebih besar dari F tabel, dengan tingkat signifikansinya sebesar 0,000 yang berarti jauh lebih kecil dari 0,05 (α). Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variable independent merupakan indikator-indikator yang berperan penting dalam meningkatkan minat beli konsumen rumah makan Taman Kopi Resto.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* memiliki pengaruh yang paling tinggi terhadap minat beli konsumen rumah makan Taman Kopi Resto dibanding variabel kualitas pelayanan dan variabel lokasi.

5.2. SARAN

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas, maka saran penelitian adalah sebagai berikut.

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi menunjukkan berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Oleh karena itu, sebaiknya rumah makan Taman Kopi Resto

Mempertahankan *Store Atmosphere* agar minat beli konsumen semakin meningkat dengan selalu menjaga kebersihan area lokasi resto dan memberi aroma yang menyegarkan, dikarenakan kebersihan mempengaruhi indera penglihatan pelanggan secara langsung.

Untuk kualitas pelayanannya diharapkan pihak pemilik resto setiap memberikan *breeffing* kepada semua karyawan untuk selalu mengingatkan pentingnya kualitas pelayanan yang sepenuh hati bagi konsumen yang datang, sehingga konsumen yang datang merasa lebih diperhatikan.

2. Bagi para peneliti selanjutnya

Pada penelitian ini penulis hanya fokus pada tiga variabel, yaitu *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan lokasi. Agar hasil penelitian lebih sempurna diharapkan untuk penelitian yang akan datang supaya menambah variabel bebas, yaitu menambah variabel produk dan promosi atau *Word Of Mouth*.