

BAB IV

PENUTUP

Bab IV menyajikan kesimpulan serta saran dari hasil penelitian terkait pengaruh store image, store atmosphere dan store theatrics terhadap keputusan pembelian pada Atake Coffee Sangatta.

4.1 Kesimpulan

Penelitian yang dilakukan terkait store image, store atmosphere, dan store theatrics terhadap keputusan pembelian produk Atake Coffee yang dilakukan pada 100 pelanggan Atake Coffee Sangat sebagai responden menghasilkan simpulan sebagai berikut :

1. Variabel store image mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada Atake Coffee sangatta. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik dan tinggi store image yang dimiliki oleh Atake Coffee maka akan semakin tinggi juga keputusan pembelian oleh konsumennya dan tampilan dari awal yang menarik dari luar maupun dalam sehingga mempertahankan persepsi yang baik terhadap Atake Coffee di benak konsumen.
2. Variabel store atmosphere mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada Atake Coffee sangatta. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik dan tinggi store atmosphere yang dimiliki oleh Atake Coffee maka akan semakin tinggi juga keputusan pembelian oleh konsumennya dan suasana yang diberikan oleh Atake Coffee memiliki ciri khas tersendiri dalam melakukan

aktivitas di dalam Atake Coffee sehingga konsumen merasa nyaman dan aman saat berkunjung ke Atake Coffee.

3. Variabel store theatrics mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada Atake Coffee Sangatta. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik dan tinggi store theatrics yang dimiliki oleh Atake Coffee maka akan semakin tinggi juga keputusan pembelian oleh konsumennya dan konsumen merasakan kesan tersendiri terhadap aura yang diberikan saat berkunjung ke Atake Coffee karena adanya interaksi yang berbeda-beda saat mengunjungi Atake Coffee.

4. Ketiga variabel yang diberikan yaitu store image, store atmosphere dan store theatrics mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada Atake Coffee Sangatta. Store image, store atmosphere dan store theatrics secara bersama-sama memberikan sumbangan pengaruh yang sangat besar terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, apabila Atake Coffee ingin meningkatkan keputusan pembelian, maka ketiga variabel tersebut yaitu store image, store atmosphere dan store theatrics harus benar-benar diberikan perhatian lebih dibandingkan faktor lain.

4.3 Saran

Dari kesimpulan diatas, dapat disimpulkan beberapa saran yang dapat dijadikan beberapa bahan pertimbangan dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian bagi konsumen Atake Coffee di waktu yang akan datang. Adapun saran yang dapat diberikan antara lain yaitu sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa store image memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pembelian. Oleh sebab itu, apabila Atake Coffee ingin meningkatkan keputusan pembelian melalui store image, maka beberapa indikator

yang peneliti gunakan untuk mengukur keputusan pembelian harus diperbaiki. Terutama indikator yang berada dibawah rata-rata, yaitu papan nama Atake Coffee kurang terlihat jelas seharusnya Atake Coffee memperbesar atau mencolokkan lagi papan nama yang berada di Atake Coffee agar konsumen dapat melihat dengan jelas. Kemudian indikator baju yang dipakai karyawan belum sesuai seragam, sebaiknya Atake Coffee memperhatikan lagi baju atau warna yang digunakan oleh karyawan Atake Coffee agar terlihat lebih rapi dimata konsumen atau membuat custom seragam yang rapi dan senada.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa store atmosphere memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pembelian. Oleh sebab itu, apabila Atake Coffee ingin meningkatkan keputusan pembelian melalui store atmosphere, maka beberapa indikator yang peneliti gunakan untuk mengukur keputusan pembelian harus diperbaiki. Terutama indikator yang berada dibawah rata-rata, yaitu pencahayaan pada Atake Coffee kurang terasa nyaman. Seharusnya Atake Coffee menambahkan lampu yang lebih terang dan nyaman. Kemudian indikator penataan barang pada Atake Coffee kurang memudahkan konsumen dalam melakukan mobilitas. Seharusnya Atake Coffee memperbaiki penataan yang terlihat mengganggu saat melakukan mobilitas.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa store theatrics memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pembelian. Oleh sebab itu, apabila Atake Coffee ingin meningkatkan keputusan pembelian melalui store theatrics, maka beberapa indikator yang peneliti gunakan untuk mengukur keputusan pembelian harus diperbaiki. Terutama indikator yang berada dibawah rata-rata, yaitu live music yang kurang baik. Seharusnya suara live music yang berada di Atake Coffee di benahi

lagi mulai dari kualitas sound yang digunakan agar konsumen merasa nyaman saat mengunjungi Atake Coffee.

4. Variabel – variabel yang diteliti oleh peneliti pada penelitian ini menjadi salah satu keterbatasan pada penelitian ini. Keterbatasan tersebut menjadi salah satu hal yang tidak dapat terpisahkan dari hasil sebuah penelitian. Oleh karena itu, harapan peneliti kedepannya untuk para pembaca penelitian ini dapat dengan berhati-hati dalam menginterpretasikan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, serta dapat melakukan pengembangan penelitian lebih lanjut, misalnya dengan menambahkan variabel- variabel yang tidak digunakan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti.