

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian dari pembahasan yang sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada kafe Maximal, dari jawaban responden dengan analisis deskriptif dapat diambil kesimpulan bahwa *store atmosphere* kafe maximal dikatakan baik adalah dimensi *General Interior*, di perhatikan dari persentase jawaban setuju tertinggi yaitu 53,2% dari setiap persentase dimensi yang memilih setuju. Karena memang persentase tertinggi dari rata-rata variabel *store atmosphere* jawaban responden teletak di jawaban setuju yaitu 49%. Lalu jawaban responden untuk minat beli ulang kafe Maximal dapat diambil kesimpulan bahwa minat beli ulang pada kafe Maximal dikatakan baik adalah dimensi minat preferensial, di perhatikan dari persentase jawaban setuju tertinggi yaitu 57% dari setiap persentase dimensi yang memilih setuju. Karena memang persentase tertinggi dari rata-rata variabel minat beli ulang jawaban responden teletak di jawaban setuju yaitu 47,8%.

Pada kafe Roti Bakar 88, dari jawaban responden dengan analisis deskriptif dapat diambil kesimpulan bahwa *store atmosphere* kafe Roti Bakar 88 dikatakan baik adalah dimensi *Exterior*, di perhatikan dari persentase jawaban setuju tertinggi yaitu 57,5% dari setiap persentase

dimensi yang memilih setuju. Karena memang persentase tertinggi dari rata-rata variabel *store atmosphere* jawaban responden terletak di jawaban setuju yaitu 49,3%. Lalu jawaban responden untuk minat beli ulang kafe Roti Bakar 88 dapat diambil kesimpulan bahwa minat beli ulang kafe Roti Bakar 88 dikatakan baik adalah dimensi minat preferensial, di perhatikan dari persentase jawaban setuju tertinggi yaitu 56% dari setiap persentase dimensi yang memilih setuju. Karena memang persentase tertinggi dari rata-rata variabel minat beli ulang jawaban responden terletak di jawaban setuju yaitu 44,5%.

2. Melalui tabel *model summary* dari proses analisis *regression Linear* untuk Kafe Maximal di Cikupa Tangerang dalam dapat diperoleh nilai *R Square* atau Koefisien Determinasi (KD) yang menunjukkan seberapa bagus model regresi yang dibentuk oleh interaksi variabel terikat. Dengan 100 data responden yang mengisi kuesioner tentang *store atmosphere* dengan minat beli ulang konsumen Kafe Maximal di Cikupa Tangerang, dapat diketahui nilai *R Square* yang diperoleh adalah 62,6% yang dapat ditafsirkan bahwa variabel *store atmosphere* memiliki pengaruh kontribusi sebesar 62,6% terhadap variabel minat beli ulang, dan 37,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar dari variabel *store atmosphere*.

Dari data 100 responden yang mengisi kuesioner tentang pengaruh *store atmosphere* dengan minat beli ulang konsume Kafe Roti Bakar 88, dapat

juga disimpulkan kembali bahwa “*store atmosphere* (X) berpengaruh positif terhadap minat beli ulang (Y) konsumen Kafe Roti Bakar 88 di Cikupa Tangerang dengan total pengaruh sebesar 40,3%”. Pengaruh positif ini bermakna semakin meningkatnya *store atmosphere* maka akan berpengaruh terhadap peningkatan minat beli ulang konsumen.

3. Dengan mengetahui nilai *R Square* dari regresi variabel *store atmosphere* dengan variabel minat beli ulang konsumen Kafe Maxiamal dan Kafe Roti Bakar 88, penulis akan lebih mudah membandingkan kafe mana yang memiliki *store atmosphere* lebih baik dalam minat beli konsumen di Cikupa Tangerang. Kafe Maximal memiliki *R Square* sebesar 62,6% dan Kafe Roti Bakar 88 adalah sebesar 40,3%. Nilai *R Square* semakin tinggi menunjukkan bahwa pengaruh kontribusi yang di tunjukan dari variabel *store atmosphere* (X) terhadap variabel minat beli ulang (Y) semakin tinggi pula. Jadi dapat disimpulkan kembali bahwa *store atmosphere* yang dimiliki Kafe Maximal lebih berpengaruh baik terhadap minat beli ulang konsumen kafe daerah Cikupa Tangerang. Karena nilai *R Square* dari Kafe Maximal Cikupa Tangerang lebih tinggi 22,3% dari Kafe Roti Bakar 88 yang hanya memiliki pengaruh kontribusi 40,3%.

## B. Saran

Dari hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh dari pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli ulang konsumen Kafe Maximal dan Kafe Roti Bakar 88 di Cikupa Tangerang, maka penulis memberikan saran bagi Kafe Maximal dan Kafe Roti Bakar 88 di Cikupa Tangerang yang dapat dijadikan pertimbangan, yaitu:

### 1. Untuk Kafe Maximal dan Kafe Roti Bakar 88

Konter pembayaran kafe harus kelihatan dari tempat setiap meja makan yang tersedia bagi konsumen dan juga harus searah dengan jalan keluar kafe dari tiap meja makan konsumen, agar mempermudah konsumen untuk membayar pesanan makanan. Peneliti menyarankan penempatan atau lokasi konter pembayaran kafe berada di samping tangga kafe tepat di sisi sebelum pintu masuk atau keluar kafe. Lalu menyediakan tempat ibadah bagi yang beragama muslim yaitu musholla dan tempat penitipan barang.

### 2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Penulis menyarankan untuk peneliti-peneliti selanjutnya agar menjadikan laporan ini sebagai referensi mengenai *Store Atmosphere* terhadap minat beli ulang Kafe Maximal dan Kafe Roti Bakar 88 di Cikupa Tangerang. Bahwa pada penelitian selanjutnya agar dapat

menambahkan variabel *Independent* lain untuk dapat menambahkan juga wawasan mengenai minat beli ulang konsumen kafe.