

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka didapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel *general interior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa menariknya *general interior* Cak Wang Cafe Payakumbuh berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Semakin menariknya *general interior* pada Cak Wang Cafe maka semakin tinggi tingkat keputusan pembelian konsumen di Cak Wang Cafe Payakumbuh.
2. Variabel *store layout* berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa unik atau tidaknya *store layout* pada Cak Wang Cafe hanya sedikit mempengaruhi keputusan pembelian
3. Variabel *interior display* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa menariknya *interior display* Cak Wang Cafe Payakumbuh berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Semakin menariknya *general interior* pada Cak Wang Cafe maka semakin tinggi tingkat keputusan pembelian konsumen di Cak Wang Cafe Payakumbuh.

Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi nilai *adjusted R2* adalah 0,545 Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel

independent yaitu *general interior*, *store layout*, *interior display* terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 54,5%, atau variasi variabel bebas yang digunakan mampu menjelaskan sebesar 54,5 % variasi variabel *dependent*. Sedangkan sisanya 45,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian maka *general interior*, *store layout*, *interior display* harus ditingkatkan untuk menghasilkan keputusan pembelian yang tinggi. Khususnya untuk *store layout* yang masih sedikit memberikan pengaruh pada keputusan pembelian konsumen di Cak Wang Cafe Payakumbuh.

1.2 Implikasi Penelitian

Temuan hasil penelitian ini memiliki implikasi yang penting bagi Cak Wang Café untuk lebih memperhatikan *store atmosphere* dalam café seperti *general interior*, *store layout* dan *interior display* karna ketiga hal tersebut sangat mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga Cak Wang Café berupaya untuk meningkatkan inovasi dari *store atmosphere* agar keputusan pembelian meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa *general interior* berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian responden. Hal ini merupakan faktor utama yang dapat digunakan oleh Cak Wang café Payakumbuh untuk memicu keputusan pembelian. Variabel *store layout*, berdasarkan hasil pengolahan data variabel *store layout* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di Cak Wang Café Payakumbuh hal ini terjadi karna keadaan cak wang Café yang diketahui yaitu kurang uniknya tata letak ruangan atau pembagian wilayah café kemudian tidak adanya ketersediaan

wastafel dan keadaan toilet yang letaknya jauh di belakang dapur café. Selain itu hal tersebut juga memiliki arti bahwa konsumen juga tidak terlalu memperhatikan hal tersebut karna tujuan konsumen berkunjung untuk bersantai dan menikmati makanan. Variabel *interior display* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian maka Cak Wang Café Payakumbuh agar lebih meningkatkan kedua variabel tersebut sehingga meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian tentang pengaruh pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Cak Wang Cafe Payakumbuh ini tidak terlepas dari keterbatasan dan kekurangan yang ada. Keterbatasan dan kekurangan pada penelitian ini dapat menjadi sumber untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dan kekurangan pada penelitian ini adalah:

1. Pada penelitian ini, peneliti hanya mengkaji variabel *general interior, store layout, interior display* terhadap keputusan pembelian. Dalam pengujian variabel tersebut hanya mampu menjelaskan hubungan sebesar 56.5% sedangkan sisanya 54.5% oleh variabel lain yang tidak dibahas pada model penelitian ini.
2. Kurangnya referensi tentang variabel-variabel yang diteliti, karena variable tersebut relative belum banyak dikaji.
3. Pada penelitian ini, peneliti hanya mengambil skala kecil yaitu dengan jumlah responden sebanyak 70 responden artinya hanya sedikit yang mewakili pendapat dari seluruh konsumen Cak Wang Cafe Payakumbuh.

4. Penelitian ini hanya berfokus pada keputusan pembelian konsumen Cak Wang Cafe Payakumbuh saja. Sehingga belum dapat menggambarkan perilaku konsumen pada masyarakat Kota Payakumbuh.

5.4 Saran

5.4.1. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Disarankan untuk penelitian yang akan datang, memperbanyak sumber referensi tentang *variable store atmosphere* agar dapat memahami lebih komprehensif tentang konsep dasar *variable* tersebut.
2. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya fokus pada *general interior, store layout, interior display* terhadap keputusan pembelian, untuk itu diharapkan untuk penelitian selanjutnya bisa dikembangkan dan menambahkan variabel lain yang juga ikut mempengaruhi keputusan pembelian, seperti *exterior* dan faktor lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Penelitian ini hanya mengukur sebatas keputusan pembelian saja, diharapkan peneliti selanjutnya juga dapat melakukan pengembangan model penelitian dengan membahas tentang minat beli.

5.4.2 Bagi Pihak Terkait

Kepada pihak – pihak terkait seperti pengelola Cak Wang Cafe Payakumbuh diharapkan dapat mengembang dan melakukan inovasi yang lebih kreatif pada *store atmosphere* sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian masyarakat Payakumbuh pada Cak Wang cafe seperti membuat *general interior, store layout, interior display* lebih menarik. Terutama *store layout* yang hanya sedikit berperan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsmen.

