

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara *store atmosphere* dengan loyalitas konsumen pengguna layanan *coffee shop* di kalangan mahasiswa Kota Padang. Berdasarkan hasil analisis korelasi pearson, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *store atmosphere* dengan loyalitas konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel memiliki arah hubungan positif dengan kekuatan hubungan sedang. Artinya, semakin positif persepsi mahasiswa terhadap *store atmosphere*, maka semakin tinggi loyalitas konsumen. Sebaliknya, semakin rendah persepsi mahasiswa terhadap *store atmosphere*, maka semakin rendah pula loyalitas konsumen pengguna layanan *coffee shop* di kalangan mahasiswa Kota Padang.

Penelitian ini berkontribusi dalam kajian psikologi konsumen dengan membuktikan adanya hubungan positif dan signifikan antara *store atmosphere* dan loyalitas konsumen pada kalangan mahasiswa pengguna layanan *coffee shop* di Kota Padang. Hasil penelitian ini melengkapi penelitian sebelumnya yang umumnya dilakukan pada konsumen *coffee shop* secara umum tanpa karakteristik subjek tertentu serta menunjukkan bahwa kekuatan hubungan antara *store atmosphere* dan loyalitas konsumen berada pada kategori sedang. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa memiliki persepsi terhadap *store atmosphere* pada kategori tinggi dan loyalitas konsumen pada kategori sedang. Temuan ini dapat menjadi dasar bagi pengelola *coffee shop* untuk

terus mengoptimalkan *store atmosphere* sebagai salah satu faktor yang berperan dalam meningkatkan loyalitas konsumen di kalangan mahasiswa.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi berbagai pihak terkait dengan penelitian ini.

5.2.1. Saran Metodologis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, peneliti memberikan beberapa saran metodologis yang diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi penelitian selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini menerapkan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *accidental sampling* untuk pengambilan data, mengingat keterbatasan peneliti dalam menjangkau seluruh populasi sekaligus memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dijadikan responden. Karena itu, penelitian di masa mendatang direkomendasikan menggunakan teknik *probability sampling* jika kondisinya memungkinkan, agar proses pengambilan sampel dapat dilakukan secara lebih merata dan representatif. Dengan demikian, data yang diperoleh diharapkan dapat merepresentasikan keseluruhan populasi penelitian secara lebih akurat.
2. Penelitian ini hanya mengelompokkan responden berdasarkan status sebagai mahasiswa aktif tanpa membedakan jenjang pendidikan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengelompokkan

responden berdasarkan jenjang pendidikan (diploma, sarjana, dan pascasarjana) agar diperoleh gambaran loyalitas konsumen yang lebih spesifik pada setiap kelompok mahasiswa.

5.2.2 Saran Praktis

Bagi pihak *coffee shop*, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas konsumen berada pada kategori sedang. Temuan ini menunjukkan bahwa komitmen konsumen untuk tetap memilih *coffee shop* tertentu belum terbentuk secara kuat. Oleh karena itu, pihak *coffee shop* disarankan untuk lebih memperhatikan berbagai upaya yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan mendorong minat konsumen untuk melakukan kunjungan ulang dan mempertahankan pilihan terhadap *coffee shop* yang sama, misalnya melalui pemberian program promosi, program keanggotaan (*membership*), atau penyediaan pengalaman berkunjung yang berkesan.

