

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data mengenai pengaruh variasi menu, store atmosphere, dan media promosi melalui Instagram terhadap minat beli di Toko Kopi Kita (Kopkit) Cabang Sutomo Padang, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variasi menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Artinya, semakin baik dan menarik variasi menu yang disajikan, maka akan semakin tinggi pula minat beli konsumen di kopkit cabang sutomo dan ketersediaan aneka pilihan minuman dan makanan yang disajikan dengan tampilan menarik terbukti menjadi pendorong langsung bagi konsumen untuk melakukan pembelian di kopkit cabang sutomo.
2. Store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Artinya, semakin nyaman suasana toko yang diciptakan meliputi kebersihan, tata letak, dan elemen fisik lainnya maka akan semakin meningkatkan minat beli konsumen.
3. Media promosi melalui instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Artinya, intensitas dan efektivitas promosi melalui akun instagram terbukti mampu menarik perhatian dan secara nyata meningkatkan minat beli konsumen.

5.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini memberikan implikasi, baik secara teoritis bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun secara manajerial bagi pihak manajemen Kopkit Cabang Sutomo.

5.2.1 Implikasi Teoritis

Penelitian ini membuktikan secara empiris bahwa minat beli konsumen pada kedai kopi tidak hanya dibentuk oleh produk inti seperti kopi, melainkan sangat bergantung pada dorongan eksternal seperti *store atmosphere* dan

efektivitas strategi pemasaran digital. Temuan ini menegaskan bahwa perpaduan antara inovasi kelengkapan produk, kenyamanan ruang berbasis pengalaman, dan penetrasi visual di media sosial merupakan fondasi utama yang mendominasi pembentukan perilaku atau niat beli konsumen saat ini.

5.2.2 Implikasi Manejerial

Berdasarkan temuan di lapangan, terdapat beberapa langkah strategis yang direkomendasikan bagi manajemen Kopkit Cabang Sutomo:

1. Mempertahankan Meski konsumen mengapresiasi tampilan penyajian produk, tingkat ketersediaan menu saat dipesan masih menjadi titik lemah. Manajemen perlu membenahi tata kelola inventori harian dan rantai pasok (*supply chain*). Memastikan bahan baku selalu siap sangat penting agar konsumen tidak kecewa akibat menu yang kosong (*sold out*).
2. Kebersihan dinilai baik oleh pengunjung, namun aspek sirkulasi udara masih kurang optimal. Langkah yang harus diambil oleh pihak Kopkit adalah memperbaiki sistem ventilasi udara (*exhaust*) serta menggunakan pengharum ruangan yang beraroma natural seperti aroma biji kopi supaya menghilangkan kesan pengap bagi pengunjung.
3. Jangkauan promosi Instagram sudah menjagkau berbagai segmen usia, namun daya tarik desain visual dan teknik penulisan masih dirasa kurang kuat. Tim kreatif masih perlu merumuskan materi iklan yang lebih kreatif, estetik, dan interaktif agar pesan yang disampaikan dapat dimengerti oleh pelanggan.
4. Untuk mempercepat alur koordinasi antar divisi, manajemen disarankan beralih ke sistem pencatatan berbasis digital yang terintegrasi seperti cloud spreadsheet atau otomatisasi data. Hal ini akan meminimalisir kelalaian stok dan memastikan setiap bahan baku berjalan secara real time.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diupayakan semaksimal mungkin, namun masih terdapat beberapa keterbatasan, antara lain:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada satu cabang *coffee shop*, yaitu toko kopi kita (kopkit) cabang sutomo padang. Oleh karena itu, hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasikan secara luas untuk seluruh *coffee shop* di kota padang atau cabang kopkit di lokasi lain.
2. Model penelitian ini difokuskan pada tiga variabel bebas. Artinya, masih terdapat berbagai faktor eksternal maupun internal lainnya di luar batasan model ini yang turut berkontribusi memengaruhi minat beli konsumen, namun belum dikaji di dalam studi ini.
3. Metode pengumpulan data sepenuhnya mengandalkan kuesioner daring. Hal ini menyebabkan karakteristik responden yang terkumpul sangat terpusat pada kelompok masyarakat yang aktif menggunakan media sosial, sehingga mayoritas didominasi oleh kalangan usia muda.

5.4 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Disarankan untuk segera melakukan *quality control* terhadap ketersediaan bahan baku agar menu yang tercantum selalu tersedia. Selain itu, perlu dilakukan penambahan *air purifier* atau pengharum ruangan beraroma kopi untuk menghilangkan kesan pengap di dalam ruangan dan tidak hanya berfokus pada inovasi penambahan menu baru, melainkan memperketat *standard operating procedure* (SOP) pengelolaan *inventory* harian serta buatlah konten visual dan *copywriting* instagram yang lebih estetik dan interaktif.
2. Disarankan untuk menambahkan variabel independen lain yang relevan dan terdapat pada tinjauan penelitian terdahulu, seperti kualitas pelayanan, harga, citra merek (*brand image*), atau pemasaran digital secara luas (*digital marketing*). Selain itu, peneliti selanjutnya juga

dapat memperluas cakupan sampel penelitian dengan membandingkan beberapa *coffee shop* pesaing di kota padang untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.

3. Disarankan tidak hanya melalui media instagram untuk menarik pelanggan baru, tetapi mulai dengan membangun database pelanggan melalui loyalty program. Penukaran point berbasis member akan sangat efektif untuk loyalitas pelanggan kelas menengah dan pelajar agar tidak berpindah ke kompititor.

