BAB V

KESIMPULAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan uji hipotesa untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh variabel yang diajukan sebagai alat ukur yaitu variabel *store atmosphere* (X1), Gaya Hidup (X2), terhadap minat beli (Y) maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan *store atmosphere* yang diterapkan oleh Red Brick Café Kota Sukabumi berdasarkan hasil skor tanggapan responden yang diberikan. Tingginya *Store atmosphere* yang dimiliki oleh Red Brick Café tentu sangat menguntungkan perusahaan sebab jika Red Brick Café mempunyai store atmosphere yang menarik tentu hal ini akan akan memikat konsumen untuk selalu berkunjung. Dan hal ini menjadikan konsumen memberikan respon yang baik terhadap Red Brick Café. Hal ini dapat dibuktikan dari penyebaran responden kuisioner yang dilakukan pada konsumen Red Brick Café yang telah datang dan sedang berkunjung ke Red Brick Café dan hasilnya faktor tersebut memiliki penilaian yang cukup bagus.
2. Variabel gaya hidup pad Red Brick Café Kota Sukabumi berdasarkan garis kontinum berada diantara posisi sedang dan tinggi. Hal ini karena gaya hidup

masyarakat sukabumi memang sangat senang mengahabiskan waktu luang untuk menongkrong di Red Brick Café. Hal ini dapat dibuktikan dari penyebaran responden kuisioner yang dilakukan pada konsumen Red Brick Café yang telah datang dan sedang berkunjung ke Red Brick Café dan hasilnya faktor tersebut memiliki penilaian yang cukup bagus.

3. Minat beli konsumen terhadap Red Brick Café berdasarkan hasil kontinum berada pada kriteria yang sedang dan tinggi. Tingginya minat beli dikarenakan produk yang ditawarkan oleh Red Brick Café cukup menarik dan pelayanannya pun cukup baik sehingga konsumen senang datang ke Red Brick Café. . Hal ini dapat dibuktikan dari penyebaran responden kuisioner yang dilakukan pada konsumen Red Brick Café yang telah datang dan sedang berkunjung ke Red Brick Café dan hasilnya faktor tersebut memiliki penilaian yang cukup bagus.
4. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukan bahwa store atmosphere dan gaya hidup memiliki pengaruh yang positif dan signifikan hal tersebut dapat disimpulkan setelah pengujian hipotesis dan hal yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen pada Red Brick Café Kota Sukabumi yang dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2 Saran

Berdasarakan kesimpulan yang diambil oleh peneliti, maka disini peneliti akan memberikan saran untuk Café Red Brick Kota sebagai berikut:

1. Terkait dengan *store* hendaknya Red Brick Café perlu memperhatikan dan meningkatkan lagi dari sisi (*exterior, general interior, store layout* dan *interior display*) teruta pada penataan antara jarak tata letak *furniture* , ruang antar meja konsumen, *space performing,* spot area foto pada *interior diplay.* Karena hal ini sangat penting demi dapat menciptkan perasaan senang dala diri konsumen dan hal ini dapat membuat konsumen membeli dengan jumlah yang banyak bahkan bisa melakukan pembelian ulang. Semakin Red Brick Café meningkatkan *store atmosphere* maka akan semakin tinggi pula daya minat beli konsumen dan tentunya hal ini akan dapat meraup keuntungan yang banyak.
2. Terkait dari segi Gaya Hidup. Gaya hidup konsumen tentunya memiliki pengaruh terhadap keinginan untuk datang berkungjung dan membeli. Gaya hidup pada Red Brick café sudah terbilang cukup baik. Namun ada lebih baiknya jika Red Brick Café lebih memperhatikan lagi teruta pada aktivitas yang dilakukan oleh konsumen yang bisa membuat konsumen tertarik untuk datang berkunjung dan melakukan pembelian.
3. Terkait variabel minat beli. Minat beli yang ada du Red Brick Café sudah masuk dalam kategori baik karena sebagian responden mengaku bahwa

mereka akan melakukan pembelian ulang atau berniat berkunjung kembali ke Red Brick Café. Hanya saja perlu ditambahkan dari pihak Red Brick Café untuk membuat berbagai macam *event* yang menarik, juga membuat suasana baru yang sedikit berbeda dari sebelumnya agar hal ini bisa meningkatkan minat beli.