

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab – bab sebelumnya, dengan mengacu pada hipotesis yang dirumuskan dan tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 5\%$ ), maka dapat disimpulkan beberapa hal diantaranya sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis 1 diterima artinya Wujud berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Café Corner Kota Tebing Tinggi
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis 2 diterima artinya *Store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Café Corner Kota Tebing Tinggi
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis 3 diterima artinya Wujud berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Café Corner Kota Tebing Tinggi
4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis 4 ditolak artinya *Store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Café Corner Kota Tebing Tinggi
5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis 5 ditolak artinya Keputusan pembelian tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Café Corner Kota Tebing Tinggi

6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis 6 ditolak artinya Keputusan pembelian tidak dapat memediasi hubungan antara wujud terhadap minat beli ulang pada Café Corner Kota Tebing Tinggi.
7. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis 7 ditolak artinya Keputusan pembelian tidak dapat memediasi hubungan antara *store atmosphere* terhadap minat beli ulang pada Café Corner Kota Tebing Tinggi.

## B. Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan sehubungan dengan hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini wujud berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka café disarankan untuk mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen dan melakukan evaluasi berkelanjutan pada kualitas pelayanan yang telah diberikan dengan melakukan survei kepuasan setiap bulannya atau setiap 3 bulan sekali .
2. Hasil penelitian menunjukkan *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, namun *store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang, sehingga café corner disarankan menciptakan *atmosphere* café yang berbeda dengan café lain pada umumnya sehingga memiliki kesan yang unik dan membuat konsumen tertarik melakukan kunjungan kembali atau minat beli ulang, seperti terdapat spot foto yang instagenic pada setiap sudut café dan hal menarik lainnya. Yang menarik bagi laki-laki dikarenakan mayoritas responden penelitian adalah laki-laki, seperti

membuat pojok nonton bola bersama, ornamen-ornamen atau desain interior yang lebih mengarah pada hobi laki-laki.

3. Untuk peneliti selanjutnya, dapat melakukan penelitian kembali menggunakan karakteristik responden yang berbeda atau cakupan wilayah sampel yang lebih luas lagi atau memperbaharui periode penelitian sehingga menghasilkan informasi yang lebih mendukung dan akurat serta menggunakan metode penelitian yang berbeda untuk membandingkan antara metode penelitian satu dengan metode penelitian lainnya.

