

## BAB V

### PENUTUP

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh Store Atmosphere, Variasi Produk dan Harga terhadap Minat beli konsumen di Food Coma Daily Cafeteria dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian ini Store Atmosphere (X1) dari tanggapan responden terhadap variabel-variabel yang teliti seperti Exterior yang terdiri dari area parkir, papan namadan pintu masuk untuk masuk dan keluar. Yang kedua adalah General Interior yang terdiri dari penerangan, suhu udara, aroma music, arsitektur dan kebersihan. ketiga adalah Store Layout terdiri dari penempatan meja dan kursi, kenyamanan dan ruangan semi indoor dan semi outdoor. keempat Interior Display terdiri dari pemajangan media informasi seperti gambar dan poster. Hal ini memperoleh tanggapan kurang baik oleh responden karena Store Atmosphere tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Minat beli konsumen pada Food Coma Daily Cafeteria. Walaupun Store Atmosphernya di Food Coma Daily Cafeteria sudah memadai tetapi konsumen hanya mementingkan Variasi Produk yang ada di Food Coma Daily Cafeteria sesuai keinginannya dengan berbagai macam pilihan makanannya dan konsumen tidak terlalu sensitive terhadap harga karena harganya sesuai dengan kualitas produknya.
2. Variasi Produk (X2) berdasarkan dari tanggapan responden terhadap Variasi produk dikategorikan sudah baik. Ini bisa dilihat dari beberapa tanggapan responden dengan beragam produk yang meliputi tampilan makanan, jenis makanan, pemberian warna, desain produk memperoleh tanggapan yang baik dari responden. Oleh karena itu Variasi Produk Mempunyai pengaruh signifikan terhadap Minat beli konsumen pada Food Coma Daily Cafeteria. Bahwa semakin tinggi Variasi Produk yang ada di Food Coma Daily Cafeteria maka semakin tinggi minat beli konsumen.

3. Harga (X3) berdasarkan dari tanggapan responden terhadap Harga berada pada kategori yang baik. yang meliputi kesesuaian harga dengan kualitas produk, keterjangkauan harga dengan ini konsumen sangat puas karna harga sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan di Food Coma Daily Cafeteria yang dirasakan oleh konsumen. Oleh karena itu Harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Food Coma Daily Cafeteria. artinya konsumen mempunyai minat yang tinggi untuk mengunjungi kembali dan harga tersebut sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.
4. Berdasarkan pengujian secara simultan uji F dapat menunjukkan hasil dari Store Atmosphere (X1) Variasi Produk (X2) dan Harga (X3) secara simultan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat beli konsumen (Y).
5. Berdasarkan pengujian secara parsial uji t dapat diketahui hasil dari variabel Store Atmosphere (X1) bahwa tidak mempunyai pengaruh signifikan. Variasi Produk (X2) dan Harga (X3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap Minat beli Konsumen (Y)

## **B. Rekomendasi**

Berdasarkan hasil penelitian ini pengaruh Store Atmosphere, Variasi Produk dan Harga terhadap Minat beli konsumen Pada Food Coma Daily Cafeteria, Penulis memberikan rekomendasi sebagai berikut:

1. Sebaiknya Perusahaan di Food Coma Daily Cafeteria tentang Store Atmosphere bagian tempat parkir kendaraan roda 4 meluaskan lahan parkirnya demi kenyamanan konsumen. memperhatikan tampilan dan tata letak dalam Food Coma Daily Cafeteria seperti kerapihan kursi dan meja dengan menyediakan meja yang berukuran besar untuk konsumen yang datang dengan keluarga atau teman yang dalam jumlah banyak. Menyajikan music dengan volume yang cukup dan memilih lagu sesuai untuk suasana bersantap seperti alunan musicinstrumen agar konsumen merasa lebih nyaman dan menghabiskan waktu lebih lama. diberi tanda petunjuk arah toilet jika konsumen ingin pergi ke kamar mandi. Menambahkan volume

AC bagian dalam semi Indoor dan Menyediakan koneksi wifi yang kuat agar konsumen merasa lebih nyaman sehingga lebih nyaman lagi ketika berkunjung.

2. Sebaiknya Perusahaan di Food Coma Daily Cafeteria tentang Variasi Produk. menambahkan variasi menu makanan dan minuman yg lebih menarik berbentuk Mini, memperbanyak cemilan ringan seperti kentang, jamur, nugget pisang. karena konsumen yang berkunjung tidak hanya memesan makanan saja tetapi hanya nongkrong dan dihidangkan dengan berbagai cemilan ringan tersebut. untuk ketersediaan makanan yang sudah habis sebaiknya segera terisi kembali dengan bahan-bahan persediaan. agar konsumen yang memesan makanan tidak ada menu-menu yang kosong dan konsumen menjadi mood nya tersebut jadi tidak selera.
3. Sebaiknya Perusahaan di Food Coma Daily Cafeteria tentang Harga jika terjadi pembelian secara besar-besaran misalkan untuk sebuah acara seperti pesta ulang tahun, acara keluarga ini memberikan discount kepada pembeli tersebut. mengadakan promo special misalkan Promo special ramadhan Buy 2 Geet free 1 agar menarik perhatian konsumen.