

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan oleh penulis pada bagian Bab IV mengenai pengaruh *store atmosphere* dan promosi terhadap keputusan pembelian pada konsumen Nusada Kopi di Kota Bogor, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Nusada Kopi di Kota Bogor, dengan demikian untuk meningkatkan keputusan pembelian pada pada konsumen Nusada Kopi di Kota Bogor dapat dilakukan dengan meningkatkan suasana toko nya agar terlihat lebih menarik lagi dan dapat menciptakan suasana yang nyaman bagi konsumen.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel promosi terhadap keputusan pembelian pada konsumen Nusada Kopi di Kota Bogor, dengan demikian untuk meningkatkan keputusan pembelian pada pada konsumen Nusada Kopi di Kota Bogor dapat dilakukan dengan meningkatkan konsep promosi iklan yang lebih menarik lagi mengenai produk dan tempat Nusada Kopi di sosial media .
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat *store atmosphere* dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang diberikan sebagai berikut.

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil observasi kuesioner penelitian, upaya yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan adalah :

- a. Diharapkan agar Nusada Kopi dapat meningkatkan *general exterior* terutama bagian depan *cafe* untuk lebih diperhatikan lagi seperti warna cat dinding *cafe* yang dibuat semenarik mungkin dan memberikan tema warna yang khas pada *cafe*.
- b. *General interior* Nusada Kopi bisa lebih ditingkatkan lagi melalui pencahayaan misalnya penambahan lampu warna yang terang sehingga ruangan terasa lebih terang pada malam hari serta dapat menambah dekorasi berupa pajangan barang yang bisa dihiasi sesuai tema *cafe*.
- c. Dalam hal promosi sebaiknya Nusada Kopi lebih sering untuk melakukan diskon/potongan harga, agar dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian.
- d. Sebaiknya Nusada Kopi dalam hal promosi juga lebih ditingkatkan lagi misalnya pada konten yang disajikan dalam media sosial.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan perbandingan *Adjusted R Square* pada penelitian sebelumnya, penelitian ini masuk ke dalam kategori lemah. Dengan demikian diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel bebas yang berbeda dan variabel terikat yang sama tetapi dengan objek penelitian yang berbeda.