

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang didapatkan setelah diolah kembali, maka hasil penelitian tentang pengaruh lokasi, keragaman produk dan *store atmosphere* terhadap keputusan berkunjung pada Kaur *Cafe & Resto* Pangkalpinang, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan jawaban responden pada setiap pernyataan indikator, variabel lokasi menunjukkan nilai rata-rata dengan nilai sebesar 4,00 (Tinggi), keragaman produk menunjukkan nilai rata-rata dengan nilai sebesar 4,06 (Tinggi), *store atmosphere* menunjukkan nilai rata-rata dengan nilai sebesar 4,04 (Tinggi) dan keputusan berkunjung menunjukkan nilai rata-rata dengan nilai sebesar 3,92 (Tinggi). sehingga H1 yang menyatakan variabel lokasi, keragaman produk, *Store atmosphere* dan keputusan berkunjung dalam kategori rendah ditolak.
- b. Lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, dimana t hitung untuk X_1 sebesar 3,874 lebih besar dari t tabel 1,9681 dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Variabel lokasi mempunyai peran yang penting terhadap keputusan berkunjung pada Kaur *Cafe & Resto* Pangkalpinang. Sehingga H2 yang menyatakan lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung diterima.

- c. Keragaman produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, dimana t hitung untuk X_2 sebesar 2,087 lebih besar dari t tabel 1,9681 dengan signifikansi sebesar 0,038 lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu 0,05. Variabel keragaman produk mempunyai peran yang penting terhadap keputusan berkunjung pada Kaur *Cafe & Resto* Pangakalpinang. Sehingga H3 yang menyatakan keragaman produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung diterima.
- d. *Store atmosphere* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, dimana t hitung untuk X_3 sebesar 5,719 lebih besar dari t tabel 1,9681 dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu 0,05. Variabel *store atmosphere* mempunyai peran yang penting terhadap keputusan berkunjung pada Kaur *Cafe & Resto* Pangakalpinang. Sehingga H4 yang menyatakan *store atmosphere* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung diterima.
- e. Pengujian secara bersama-sama, dimana F hitung sebesar 73,661 dan F tabel dengan $df_1 =$ derajat pembilangan 3 dan $df_2 =$ derajat penyebut 290 dengan taraf 5% maka didapat F tabel sebesar 2,63, berarti F hitung $>$ f tabel. Hasil $\rho = 0,000 < 0,05$. Variabel lokasi, keragaman produk dan *store atmosphere* berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap keputusan berkunjung pada Kaur *Cafe & Resto* Pangakalpinang. Sehingga H5 yang menyatakan lokasi, keragaman produk dan store

atmosphere secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dari hasil penelitian, maka ada beberapa saran yang penulis berikan agar dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan, yaitu antara lain:

1. Saran untuk Penelitian Lanjutan

Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan objek penelitian yang berbeda serta dengan item pertanyaan pada kuesioner yang berbeda dengan pertanyaan kuesioner penelitian lainnya. Bagi peneliti selanjutnya dapat dimanfaatkan sebagai bahan rujukan dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan lokasi, keragaman produk, *store atmosphere* dan keputusan berkunjung.

2. Saran yang ditujukan untuk Kaur *Cafe & Resto* Pangkalpinang

1. Lokasi yang strategis merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan karena sebelum memutuskan untuk berkunjung, konsumen tentu akan mempertimbangkan lokasi yang akan ditempuh, Kaur *Cafe & Resto* Pangkalpinang harus dapat menentukan lokasi tempat usaha agar dapat menarik konsumen untuk berkunjung, karena sebuah lokasi yang strategis akan dapat membuat konsumen lebih mudah untuk mengunjunginya.
2. Kaur *Cafe & Resto* Pangkalpinang perlu memperhatikan kategori barang-barang (produk) yang akan dijual, karena dengan memberikan

banyak kategori produk dapat membuat konsumen memiliki banyak pilihan makanan dan minuman yang di sukai atau yang sesuai dengan selera konsumen, hal tersebut pun dapat membuat konsumen tertarik untuk berkunjung dalam menikmati bermacam pilihan makanan dan minuman yang disediakan.

3. Kaur *Cafe & Resto* Pangakalpinang harus dapat membuat suasana toko (*Store atmosphere*) yang nyaman agar dapat menarik minat konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Suasana *cafe* yang nyaman diciptakan agar *cafe* tersebut memiliki daya saing dengan menciptakan perbedaan dengan *cafe* lainnya yang menjual menu makanan dan minuman yang sejenis.