

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah ditemukan dalam penelitian di lapangan dan setelah diolah dengan menggunakan SPSS tentang pengaruh variable gaya hidup, *money attitude* dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Tan Kasteel Restaurant & Lounge* Pangkalpinang, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil deskriptif disimpulkan bahwa variable *money attitude*, *store atmosphere* dan keputusan pembelian masuk dalam kategori penilaian tinggi. Hal ini ditunjukkan dari skor rata-rata yang dihasilkan variable gaya hidup sebesar 4,05, variable *money attitude* sebesar 4,16, variable *store atmosphere* sebesar sebesar 3,97, dan variable keputusan pembelian menghasilkan skor rata-rata sebesar 4,07.
2. Variabel gaya hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Tan Kasteel* Pangkalpinang. Dari hasil penelitian uji parsial di peroleh t_{hitung} sebesar 2,002 lebih besar dari t_{tabel} 1,968 dengan signifikansi 0,046 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Taan Kasteel* Pangkalpinang.
3. Variabel *money attitude* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Tan Kasteel* Pangkalpinang. Dari hasil penelitian uji parsial di peroleh t_{hitung} sebesar 2,123 lebih besar dari

t_{tabel} 1,968 dengan signifikansi 0,035 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *money attitude* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Taan Kasteel Pangkalpinang.

4. Variabel *store atmosphere* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Taan Kasteel Pangkalpinang. Dari hasil penelitian uji parsial di peroleh t_{hitung} sebesar 2,731 lebih besar dari t_{tabel} 1,968 dengan signifikansi 0,007 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *store atmosphere* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Taan Kasteel Pangkalpinang.
5. Variabel gaya hidup, *money attitude* dan *store atmosphere* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Taan Kasteel Pangkalpinang. Dari hasil penelitian uji simultan di peroleh F_{hitung} sebesar 6,606 lebih besar dari F_{tabel} 2,635 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variable gaya hidup, *money attitude* dan *store atmosphere* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Taan Kasteel Pangkalpinang. Variable gaya hidup, *money attitude* dan *store atmosphere* mempunyai pengaruh sebesar 0,053 atau 5,3%, terhadap keputusan pembelian konsumen pada Taan Kasteel Pangkalpinang.

5.2 Saran

Hasil dari mempelajari dan menganalisa fenomena yang ada pada Tan Kasteel Pangkalpinang, maka peneliti memberikan beberapa saran dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti selanjutnya diharapkan agar lebih memperdalam, mengembangkan, menambahkan beberapa pilihan variable pendukung seperti kualitas pelayanan restoran atau pun promosi yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga kemampuan mengukurnya lebih baik serta dapat mengkaji lebih dalam mengenai variabel-variabel dalam penelitian ini dengan objek yang berbeda serta pertanyaan yang berbeda pada item-item kuesioner dan Bagi penelitian mendatang khususnya yang akan meneliti mengenai keputusan pembelian konsumen, Penulis berharap agar penulis selanjutnya mengkaji faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dalam suatu kafe/rumah makan, distro dll, terutama faktor-faktor yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Selain itu bagi penelitian mendatang hendaknya sampel dan daerah penelitian lebih diperluas lagi atau dapat mencari objek penelitian yang belum pernah diteliti sebelumnya untuk menghindari plagiasi dan penelitian mendatang dapat menambah variable lain yang masih jarang diteliti sebelumnya sebagai faktor-faktor keputusan pembelian konsumen. Untuk itu ada beberapa solusi yang harus diperhatikan lagi penelitian diharapkan dapat mencari indikator yang baru sebagai alat pengukur variabel yang di teliti dan penelitian selanjutnya

menggunakan aplikasi analisis lain untuk menguji penelitiannya serta penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah lebih banyak variable independen agar hasil penelitian memiliki cakupan yang lebih luas.

2. Saran yang ditujukan untuk Tan Kasteel Pangkalpinang

Gaya Hidup, *Money Attitude*, *Store Atmosphere* dan Keputusan Pembelian Konsumen pada Tan Kasteel *Restaurant & Lounge* diPangkalpinang sudah cukup baik, akan tetapi pihak Tan Kasteel *Restaurant & Lounge* Pangkalpinang diharapkan terus meningkatkan Gaya Hidup, *Money Attitude*, *Store Atmosphere* yang baik agar lebih mudah dalam pencapaian tujuan dan memajukan *Tan Kasteel restaurant & lounge* di Pangkalpinang yang lebih baik agar terus berkembang.

- a. Tan Kasteel *Restaurant & Lounge* Pangkalpinang harus mampu mempertahankan atau meningkatkan serta memperhatikan Gaya Hidup para konsumennya misalnya menciptakan suasana yang menarik suasana yang sesuai konsepnya dengan konsumen yang ada, mengikuti perkembangan zaman dan tren saat ini sehingga konsumen yang melakukan pembelian terhadap perusahaan merasakan ketertarikan untuk melakukan suatu aktivitas dengan gaya hidup sesuai dengan perkembangan atau sesuatu yang diciptakan oleh restoran, biasanya Gaya Hidup mengikuti sesuatu perkembangan yang diciptakan oleh perusahaan dan jika perusahaan melakukan suatu hal yang mengikuti perkembangan mampu mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen. Oleh karena itu, Tan Kasteel *Restaurant & Lounge* harus dapat mengetahui bagaimana gaya hidup para konsumen yang menjadi target

pasarannya, karena apabila konsumen merasa tertarik akan suatu produk yang ditawarkan sesuai dengan selera mereka.

- b. Tan Kasteel *Restaurant & Lounge* Pangkalpinang harus memperhatikan peranan *Money Attitude* karena dinilai mampu mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen. Hal ini karena sikap terhadap uang mempengaruhi konsumen dalam melakukan sebuah produk, tidak hanya kenyamanan yang mereka dapatkan tetapi dengan cara menyikap uang yang mereka keluarkan dalam melakukan keputusan pembelian kesuatorestoran. Oleh karena itu, Tan Kasteel *Restaurant & Lounge* Pangkalpinang hendaknya lebih tepat dalam menetapkan nominal harga produk yang akan di jual. Karena nominal harga juga merupakan sikap terhadap uang (*Money Attitude*) yang harus diperhatikan oleh perusahaan dan merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
- c. Tan Kasteel *Restaurant & Lounge* Pangkalpinang harus memperhatikan peranan *Store Atmosphere* yang disediakan untuk konsumen, karena konsumen tentu saja ingin mendapatkan *Store Atmosphere* terbaik yang akan digunakan. Dari hasil data menunjukkan bahwa penampilan Tan Kasteel Kurang Menarik untuk beberapa bagian bagi konsumen saat mengunjungi Tan Kasteel, solusi untuk tan kasteel dalam peranan yang kurang baik terhadap store atmosphere hal ini sebaiknya Tan Kasteel harus lebih memperhatikan lagi *Store Atmosphere* dalam bentuk kebersihan misalnya memberikan pewarnaan dinding yang lebih cerah agar tampak tidak kusam serta menyiapkan pegawai yang hanya husus diberika pekerjaan untuk membersihkan seluruh

ruangan yang ada dalam lingkungan restoran dan dapat memberikan alunan music yang nyaman yang tidak keras agar tidak mengganggu konsumen untuk datak ke tan kasteel serta dapat memperbaiki pencahayaan didalam ruangan agar ruangan lebih terlihat penampilannya dan memberikan kenyamanan untuk anak-anak dalam restoran agar suasana yang diberikan dapat membuat konsumen Tan Kasteel nyaman sehingga menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian.

