# BAB V

# PENUTUP

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut :

* 1. *Store Atmosphere*, Gaya Hidup dan Varian Produk berpengaruh secara bersama- sama terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini berarti hipotesis yang disajikan “Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama- sama faktor *store atmosphere*, gaya hidup dan varian produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Angkringan Tiga Tjeret CafeSurakarta” terbukti kebenarannya.
  2. *Store atmosphere* berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini berarti hipotesis yang disajikan “Terdapat pengaruh positif dan signifikan faktor *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen di Angkringan Tiga Tjeret CafeSurakarta” terbukti kebenarannya
  3. Gaya hidup berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini berarti hipotesis yang disajikan “Terdapat pengaruh positif dan signifikan gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen di Angkringan Tiga Tjeret CafeSurakarta”.
  4. Varian produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini berarti hipotesis yang disajikan “Terdapat pengaruh positif dan signifikan varian produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Angkringan Tiga Tjeret Café Surakarta” terbukti kebenarannya

## Saran

1. Bagi Angkringan Tiga Tjeret Cafeterus berinovasi, berkreasi dalam hal penyajian angkringan modernyang terlihat menarik sehingga mampu mendatangkan pelanggan yang baik banyak yang berdampak pada *income* lebih tinggi yang diperolehnya.
2. Bagi Angkringan Tiga Tjeret Cafeterus berupaya memberikan mutu pelayanan yang memuaskan agar konsumen puas bukan hanya dilihat dari faktor *store atmosphere*, Gaya Hidup dan Varian Produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Tetapi dengan pelayanan yang diberikan saat ini menurut penulis masih kurang yang diberikan kepada konsumen. Dalam pelayanan terhadap konsumen lebih ramah lagi kepada konsumen.
3. Bagi peneliti yang akan datang sebaiknya menambah variabel independen yang diteliti selain variabel *store atmosphere*, gaya hidup, dan varian produk misalnya: kualitas produk, harga, promosi, kualitas pelayanan dan lokasi.