

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *layout* dan variasi produk terhadap minat beli pada Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri. telah dilakukan beberapa kesimpulan penting yang merupakan inti dari hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. *Layout* pada warung makan sambal bakar teh Pitri, berada pada kriteria baik.
2. Variasi produk pada Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri, berada pada kriteria bervariasi.
3. Minat beli pada Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri, berada pada kriteria berminat.
4. *layout* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Warung Makan Sambal Teh Pitri.
5. Variasi produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri.
6. *layout* dan variasi produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada konsumen Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri. *layout* dan variasi produk mempunyai pengaruh secara simultan sebesar 57.9% terhadap minat beli.

#### 5.2 Saran

Bedasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *layout* dan variasi produk terhadap minat beli pada Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri maka dapat diambil saran sebagai berikut:

##### 5.2.1 Saran Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri

1. *layout* pada dimensi *Traffic Flow* (Arus lalu lintas) dengan indikator pengaruh pola sirkulasi jalan dimana pada tabel 4.10 menunjukkan skor nilai

sebesar 312. Dengan item pertanyaan pola sirkulasi jalan, maka harus di pikirkan lagi untuk dapat memperluas ruangan agar ketika konsumen masuk ke Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri bisa dengan nyaman dan tidak merasa kesempitan.

2. Variasi produk pada dimensi pada panjang bauran dengan indikator stok produk dimana pada tabel 4.11 menunjukkan skor nilai sebesar 340 dengan item pertanyaan Stok bahan makanan yang ada di Warung Makan Sambal Teh Pitri selalu ada, Dalam pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri harus memperbaiki dalam mengelola stok barang atau menawarkan produk pengganti agar tetap terjadi minat beli dan agar tidak terjadinya stok kosong saat barang tersebut diinginkan konsumen.
3. Minat beli pada dimensi minat transaksi dengan indikator dan pertanyaan rasa suka membeli Warung Makan Sambal Teh Pitri dimana pada tabel 4.12 menunjukkan skor nilai sebesar 337, dalam pertanyaan tersebut menunjukkan rasa suka membeli sambal bakar tetapi skor rendah artinya seseorang akan merasa bosan jika membeli makanan yang sama makannya dari itu sambal bakar teh Pitri perlu menambah inovasi baru lagi dimenu agar konsumen tertarik untuk membeli.
4. Terdapat pengaruh simultan dari pengaruh *layout* dan variasi produk terhadap minat beli sebesar 57.9% sedangkan 42.1% dipengaruhi oleh faktor luar. Maka variabel lain seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, promosi dan lain sebagainya dapat menjadi pengaruh lain yang dapat meningkatkan terjadinya minat beli.

### 5.2.2 Saran Peneliti

1. Bagi peneliti selanjutnya, saran yang dapat diberikan berkaitan dengan penelitian ini diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel independen dan dependen, seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, keputusan pembelian yang datanya tersedia untuk setiap periode penelitian.

2. Obyek penelitian ini diharapkan dapat diperluas dan tidak terbatas pada satu usaha saja melainkan usaha lainnya

