

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *Servicescape* terhadap *Dwell Time* dengan *Impulse buying* sebagai variabel intervening pada pengunjung Cafe Trilogi Bengkulu, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Dwell Time* pengunjung Cafe Trilogi Bengkulu.
2. *Servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse buying* pada pengunjung Cafe Trilogi Bengkulu
3. *Impulse buying* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Dwell Time* pengunjung Cafe Trilogi Bengkulu.
4. *Impulse buying* mampu memediasi pengaruh *Servicescape* terhadap *Dwell Time* pengunjung Cafe Trilogi Bengkulu.

5.2 Saran

1. Pernyataan dengan nilai rata-rata terendah pada variabel *Servicescape* adalah “Tata letak ruangan di Cafe Trilogi membuat saya merasa leluasa bergerak” dengan nilai rata-rata 3,83. Pengelola Cafe Trilogi Bengkulu disarankan memberikan perhatian lebih terhadap penataan ruang, khususnya jarak antarmeja, posisi kursi, jalur pergerakan pengunjung, serta pemanfaatan ruang yang tersedia. Penataan yang lebih proporsional dapat memberikan keleluasaan bagi pengunjung untuk bergerak tanpa mengurangi kapasitas tempat duduk. Perbaikan tersebut juga dapat menciptakan suasana ruang yang lebih nyaman

sehingga pengunjung memiliki alasan yang lebih kuat untuk bertahan lebih lama di dalam café.

2. Pernyataan dengan nilai rata-rata terendah pada variabel *Impulse buying* adalah “Saya sering membeli menu tanpa merencanakannya sebelum datang ke Cafe Trilogi” dengan nilai rata-rata 3,75. Pengelola dapat meningkatkan kemungkinan pembelian spontan melalui penyajian menu yang menarik, rekomendasi menu tertentu, penempatan informasi produk yang mudah dilihat, serta penawaran tambahan yang relevan dengan pesanan utama. Strategi tersebut sebaiknya tetap diarahkan pada pemberian rangsangan kepada konsumen tanpa menciptakan kesan memaksa. Penyajian produk secara visual dan informasi menu yang mudah dipahami dapat membantu meningkatkan ketertarikan pengunjung terhadap produk yang sebelumnya belum menjadi bagian dari rencana pembelian.
3. Pernyataan dengan nilai rata-rata terendah pada variabel *Dwell Time* adalah “Saya tidak sering berpindah tempat duduk selama berada di Cafe Trilogi” dengan nilai rata-rata 3,80. Pengelola Cafe Trilogi Bengkulu dapat memperhatikan kenyamanan dan fungsi tempat duduk dengan menyediakan kursi dan meja yang nyaman serta menata area tempat duduk berdasarkan karakteristik aktivitas pengunjung. Ketersediaan ruang yang memungkinkan pengunjung tetap nyaman berada pada satu area juga dapat membantu menciptakan pengalaman kunjungan yang lebih menyenangkan. Kondisi tersebut penting karena kenyamanan tempat duduk dapat mendukung

pengunjung untuk mempertahankan keberadaannya di café dalam waktu yang lebih panjang.

4. Peneliti selanjutnya disarankan mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi menjelaskan *Dwell Time* pengunjung secara lebih luas. Penelitian berikutnya dapat mempertimbangkan variabel seperti customer experience, customer satisfaction, hedonic value, perceived comfort, atau revisit intention sehingga hubungan antara kondisi lingkungan café, perilaku pembelian spontan, dan lamanya pengunjung berada di dalam café dapat dikaji secara lebih mendalam.

