

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Desain interior memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Generasi Z di Central Caffe Gresik. Elemen-elemen desain interior, seperti tata letak, furnitur, pencahayaan, dan dekorasi, berkontribusi dalam menciptakan pengalaman yang positif, memenuhi kebutuhan fungsional, serta memperkuat identitas brand.
1. Ambience juga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Generasi Z di Central Caffe Gresik. Elemen-elemen ambience, seperti musik, suhu, aroma, dan suara, berperan penting dalam menciptakan suasana yang mendukung aktivitas, memperkuat identitas brand, serta membangun koneksi emosional dengan konsumen.
2. Terdapat interaksi antara desain interior dan ambience dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen Generasi Z di Central Caffe Gresik. Sinergi yang harmonis antara elemen desain fisik dan suasana yang tercipta melalui ambience menjadi kunci dalam membangun pengalaman yang berkesan, meningkatkan kepuasan, serta mendorong loyalitas konsumen.
3. Model penelitian yang diusulkan, yang mencakup variabel desain interior, ambience, dan keputusan pembelian, terbukti valid dan dapat menjelaskan fenomena dengan baik. Model ini memberikan landasan konseptual yang kuat untuk memahami pengaruh desain interior dan ambience terhadap perilaku konsumen Generasi Z dalam konteks kafe.
4. Temuan penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pengelolaan strategi desain interior, manajemen ambience, dan pemasaran di industri kafe, khususnya dalam menasar segmen Generasi Z. Implikasi teoritis

penelitian ini berkontribusi pada pengembangan literatur di bidang pemasaran, desain interior, dan perilaku konsumen.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Central Caffe Gresik disarankan untuk terus mengoptimalkan desain interior dan ambience dengan mempertimbangkan preferensi dan kebutuhan konsumen Generasi Z. Hal ini dapat dilakukan melalui evaluasi berkala, inovasi desain, serta adaptasi terhadap tren terkini.
2. Pengelola Central Caffe Gresik sebaiknya menerapkan pendekatan holistik dalam mengelola desain interior dan ambience, dengan memperhatikan sinergi antar elemen dan dampaknya terhadap pengalaman konsumen secara menyeluruh.
3. Strategi pemasaran Central Caffe Gresik perlu menekankan keunggulan desain interior dan ambience sebagai proposisi nilai utama, serta memanfaatkan media sosial dan konten visual untuk menjangkau target pasar Generasi Z secara efektif.