

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis regresi sederhana mengenai *PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA GIANT HYPERMARKET PASTEUR* di kota Bandung, peneliti dapat mengambil beberapa simpulan sebagai berikut:

- Peneliti pengelompokan profil responden berdasarkan usia, pekerjaan, tingkat pengeluaran per bulan dan apakah mengetahui atau pernah berkunjung ke Giant Hypermarket Pasteur Bandung. Dari 200 responden terdapat bahwa responden yang berusia kurang dari atau sama dengan 18 tahun sebanyak 54 responden (27%), responden yang berusia antara 19 sampai 24 tahun sebanyak 119 responden (59%), Responden yang berusia antara 25 sampai 30 tahun sebanyak 24 responden (12%), responden yang berusia lebih dari atau sama dengan 31 tahun sebanyak 3 responden (1,5%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa data responden antara usia 19 sampai 24 tahun lebih banyak dibandingkan yang lain, dari 200 responden yang paling banyak mengisi kuesioner adalah mahasiswa/(i) sebanyak 170 responden (85%), dari 200 responden yang pengeluaran per bulan lebih dari Rp. 1.500.000,00 sebanyak 110 responden (55%), dari 200 responden terdapat 200 orang (100%) adalah yang pernah mengunjungi Giant Hypermarket Pasteur.

Dan berikut kesimpulan dari beberapa pernyataan dari hasil penelitian melalui kuesioner yang dibagikan kepada konsumen Giant Hypermarket Pasteur:

1. banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 107 responden (53,5%), bahwa desain toko Giant Hypermarket Pasteur menarik konsumen.
2. banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 114 responden (57%) bahwa bangunan toko Giant Hypermarket luas dan menarik.
3. banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 111 responden (55,5%) bahwa halaman Giant Hypermarket Pasteur luas dan nyaman.
4. banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 100 responden (50%) bahwa fasilitas parkir Giant Hypermarket Pasteur aman dan nyaman.
5. banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 82 responden (41%), bahwa ruangan di dalam Giant Hypermarket Pasteur menarik konsumen.
6. banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 95 responden (47,5%) bahwa warna dinding Giant Hypermarket Pateur menyejukan mata.
7. disimpulkan bahwa banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 98 responden (49%) bahwa suara musik di dalam Giant hypermarket Pasteur memberikan suasana nyaman.
8. bahwa yang menyatakan setuju sebanyak 88 responden (44%) suhu udara Giant Hypermarket Pasteur sejuk sehingga membuat konsumen ingin berlama-lama di dalam toko.
9. bahwa yang menyatakan setuju sebanyak 113 responden (56,5%), penanmpilan toko Giant Hypermarket Pasteur memberikan kesan nyaman sehingga menimbulkan minat beli.

10. banyak responden yang menyatakan netral sebanyak 104 responden (52%) bahwa penampilan toko Giant Hypermarket Pasteur memberikan kesan nyaman sehingga menimbulkan minat beli.
11. banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 101 responden (50,5%) bahwa ruang toko Giant Hypermarket Pasteur rapih dan bersih.
12. banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 92 responden (46%) bahwa dekorasi ruangan Giant Hypermarket Pasteur menarik konsumen.
13. Banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 89 responden (44,5%) bahwa fasilitas umum yang diberikan Giant Hypermarket Pasteur sangat lengkap.
14. banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 125 responden (62,5%) bahwa pengelompokan barang Giant Hypermarket Pasteur memudahkan dalam berbelanja.
15. Banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 123 responden (61,5%) bahwa pengatuan antar gang Giant Hypermarket Pasteur memberikan ruang gerak yang nyaman bagi konsumen.
16. Responden yang menyatakan setuju sebanyak 112 responden (56%) bahwa tanda petunjuk Giant Hypermarket Pasteur terlihat dengan jelas.
17. Responden yang menyatakan setuju sebanyak 96 responden (48%) bahwa banyak responden yang setuju bahwa tanda gambar terlihat dengan baik dan jelas.
18. banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 104 responden (52%) bahwa media pembungkus yang digunakan yang digunakan Giant Hypermarket Pasteur memudahkan konsumen.

19. Banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 122 responden (61%) bahwa jenis produk yang ditawarkan oleh Giant Hypermarkey Pasteur sangat lengkap dan bervariasi.
20. Banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 114 responden (57%) bahwa Produk yang dibutuhkan selalu tersedia dan mudah di dapat.
21. Banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 101 responden (50,5%) bahwa Giant Hypermarket Pasteur selalu mengeluarkan produk baru yang *up-to date*.
22. Banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 118 responden (59%) Giant Hypermarket Pasteur selalu menyediakan produk-produk utama dengan lengkap.
23. Banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 132 responden (66%) bahwa Label harga yang tertera jelas dan tidak membingungkan.
24. Banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 95 responden (47,5%) bahwa Giant Hypermarket Pasteur selalu menawarkan produk dengan harga murah dibanding dengan hypermarket lain.
25. Banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 107 responden (53,5%) bahwa Giant Hypermarket Pasteur selalu menawarkan harga-harga yang sesuai dengan kebutuhan setiap konsumen.
26. Banyak yang menyatakan setuju sebanyak 95 responden (47,5%) bahwa banyak responden yang setuju bahwa letak toko Giant Hypermarket Pasteur mudah untuk dijangkau dan strategis.

27. Banyak yang menyatakan setuju sebanyak 84 responden (42%) bahwa kenyamanan yang ditawarkan Giant Hypermarket Pasteur membuat konsumen betah berlama-lama untuk berbelanja.
28. Banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 102 responden (51%) bahwa logo Giant Hypermarket Pasteur mudah untuk diingat dan dikenali.
29. Banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 125 responden (62,5%) bahwa area toko bersih Giant Hypermarket Pasteur memberikan kesan yang bersih dan nyaman untuk berbelanja.
30. Banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 129 responden (64,5%) bahwa produk yang ditawarkan oleh Giant Hypermarket Pasteur berkualitas dan terpercaya.
31. Banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 123 responden (61,5%) bahwa penataan produk-produk di Giant Hypermarket Pasteur tertata rapih dan bersih.
32. Banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 103 responden (51,5%) Tanggal kadaluasa yang dicantumkan dalam produk di Giant Hypermarket Pasteur terlihat jelas.
33. Banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 117 responden (58,5%) Barang-barang yang ditawarkan oleh Giant Hypermarket Pasteur layak jual serta berstandar tinggi.
34. Banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 114 responden (57%) Keramahan karyawan di Giant Hypermarket Pasteur memberikan kepuasan bagi konsumen.

35. Banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 84 responden (42%) Giant Hypermarket Pasteur selalu melayani konsumennya dengan cepat.
36. banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 115 responden (57,5%) bahwa informasi yang dibutuhkan mengenai produk dan perusahaan selalu tersedia.
37. Banyak responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 8 responden (4%) Giant Hypermarket Pasteur selalu menawarkan kemudahan dalam melakukan penukaran barang.
- Secara keseluruhan *Store Atmosphere* mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen Giant Hypermarket Pasteur. Berdasarkan hasil perhitungan regresi sederhana didapat hasil $Y = 2,080 + 0,443 X$. koefisien regresi sebesar 0,443 yang menyatakan bahwa setiap penambahan 1 poin pengaruh *Store Atmosphere*, maka akan terjadi peningkatan minat beli konsumen pada Giant Hypermarket Pasteur di kota Bandung sebesar 0,443.
 - Pada *Model Summary* bisa kita lihat bahwa koefisien determinasinya adalah sebesar 0,283 dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,280 yang dapat diartikan *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap minat beli konsumen Giant Hypermarket Pasteur sebesar 28,3%. Dengan kata lain minat beli konsumen terhadap Giant Hypermarket Pasteur dipengaruhi oleh *Store Atmosphere* sebesar 28,3% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dan dijelaskan oleh peneliti.
 - Secara keseluruhan konsumen cenderung setuju dengan suasana toko yang diberikan oleh Giant Hypermarket Pasteur.

5.2 Saran

- Persaingan saat ini semakin ketat dan semakin terbuka, dengan banyaknya peritel - peritel yang menawarkan produk sejenis dengan berbagai keunggulannya untuk memikat minat beli konsumen. Oleh karena itu dari segi marketing harus lebih peka dan agresif dalam menghadapi permintaan pasar seperti faktor promosi, produk atau jasa, penetapan harga dan sebagainya.
- Dekorasi bagian dalam toko (interior) sudah cukup, tetapi lebih ditingkatkan dalam pencahayaan, seperti lampu bila sudah redup harus diganti dan warna warna ruangan perlu dibersihkan bila kotor.
- Alunan musik yang disajikan sudah cukup baik dan memberikan kenyamanan dalam berbelanja akan tetapi alangkah lebih baik bila musik yang diperdengarkan sesuai dengan music terkini.
- Pramuniaga Giant hypermarket Pasteur alangkah baiknya bila diperbanyak dan di beri pengetahuan yang lebih dalam mengenali produk-produk yang ditawarkannya seperti adanya pelatihan mentoring.
- Berdasarkan hasil perhitungan Pada *Model Summary* minat beli konsumen terhadap Giant Hypermarket Pasteur dipengaruhi oleh *Store Atmosphere* sebesar 28,3% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dan dijelaskan oleh peneliti. Faktor-faktor tersebut perlu diperhatikan oleh pihak manajemen Giant Hypermarket Pasteur agar dapat dilakukan penelitian lebih lanjut, seperti produk atau jasa, promosi, kualitas pelayanan, kualitas produk, penetapan harga, penyediaan produk, dan sebagainya.

5.3 Saran Penelitian

- Pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada kuesioner agar lebih diperjelas lagi sehingga responden pada saat mengisi kuesioner tidak mengalami kesulitan terhadap maksud kalimat yang dipertanyakan.
- Masih banyak kekurangan dalam penelitian ini oleh karna itu diperlukan penelitian lebih lanjut dengan sampel yang ada pada suatu populasi agar lebih memahami hal-hal yang mempengaruhi minat beli konsumen Giant Hypermarket Pasteur.