

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan , peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini, peneliti telah melakukan penelitian terhadap pengaruh *Store Atmosphere* yang dapat mempengaruhi tingkat Minat Kunjung Kembali konsumen ke Pasar Swalayan “X”. Dari penelitian *Store Atmosphere* ,elemen-elemen yang digunakan adalah *Eksterior,General Interior,Store Layout* dan *Interior Display*.
2. Dari tanggapan responden mengenai pengaruh *Store Atmosphere* di Pasar Swalayan “X” , *Eksterior* : gedung toko gampang dikenali : 62% ,nama toko terlihat jelas : 62%, parkir kendaraan memadai : 60%, akses masuk toko : 64%, posisi toko dari jalan : 63%. *General Interior* : lantai toko bersih : 54%, pencahayaan toko : 66%, suhu toko :85%, lokasi kasir tepat : 86%, langit toko tidak sempit : 72%. *Store Layout* : konsumen lega mengelilingi toko : 61%, mudah mencari produk : 64%, produk toko beraneka macam : 57%, layout toko : 65%, musik di dalam toko : 68%. *Interior Display* : tipe interior sama dengan toko lain : 68%, rak pajangan rapi : 73%, perlunya *Point of Purchase* : 72%, barang *Fast Moving* di kasir : 69%, karyawan membantu mencari produk : 66%.

3. Dari tanggapan responden mengenai Minat Kunjung Kembali ke Pasar Swalayan “X”, sebesar 78% konsumen/responden akan mengunjungi kembali ke Pasar Swalayan “X”.
4. Dari analisis regresi, nilai regresi yang terjadi antara *Store Atmosphere* dengan Minat Kunjung Kembali memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai 0.732. Karena dengan meningkatkan *Store Atmosphere* maka Minat Kunjung Kembali konsumen di Pasar Swalayan “X” akan mengalami kenaikan sebesar 0.732.
5. Dari analisis korelasi Spearman yang dilanjutkan dengan *Product Moment* diperoleh nilai sebesar $\rho = 0.731$. Dengan ini hasil yang diperoleh positif. Bila variable X naik maka variable Y akan cenderung meningkat, tingkat keeratan yang terjadi adalah erat pada kedua variabel yang telah diuji.
6. Berdasarkan hasil pengujian Koefisien Determinasi, dapat diketahui besarnya pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Minat Kunjung Kembali Pasar Swalayan “X” yaitu $r^2 \times 100\%$ sebesar $0.592 \times 100\% = 59.2\%$, sedangkan sisanya sebesar 40.8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.
7. Dari analisis Uji-t yang dilakukan oleh peneliti ditarik hipotesis bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, sedangkan bila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak. Dan hasil yang diperoleh adalah H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini dibuktikan dengan $t_{hitung} = 4.839$ dan $t_{tabel} = 1.960$. Maka dapat disimpulkan ada hubungan antara *Store Atmosphere* terhadap Minat Kunjung Kembali.

7.2 Saran

Setelah melakukan penelitian dan berdasarkan kesimpulan yang ditarik , maka peneliti memiliki beberapa saran yang dapat menjadi masukan Pasar Swalayan “X” yang diharapkan dapat bermanfaat dan membantu Pasar Swalayan “X” dalam melakukan usahanya di bidang ritel. Berikut saran-saran tersebut :

1. Menanggapi tabel XXII Pasar Swalayan “X” sebaiknya meningkatkan *Store Atmosphere* dengan memperlebar gang masuk/lebar jalan masuk agar konsumen dapat dengan leluasa keluar masuk toko.
2. Menanggapi tabel XXXVIII Pasar Swalayan “X” sebaiknya sering melakukan diskon selain untuk meningkatkan minat beli juga dapat meningkatkan Minat Kunjung Kembali konsumen .
3. Menanggapi tabel XLV Pasar Swalayan “X” sebaiknya meningkatkan pelayanan toko. Seperti penambahan Costumer Service atau penambahan pembayaran dengan kartu kredit.
4. Menanggapi tabel LI Pasar Swalayan “X” sebaiknya meningkatkan *Store Atmosphere* agar semakin banyak pelanggan yang setia kepada Pasar Swalayan “X”.