

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Hasil penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh *store image* terhadap *general attitude* pada minimarket Circle K di Bandung, penulis menggunakan metode survey dan analisis regresi sederhana. Dimana sebelum pengujian hipotesa, peneliti menggunakan beberapa uji pendahuluan yang terdapat uji validitas dan uji reliabilitas.

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan cara memberikan kuesioner berupa butir-butir pengukur konstruk atau dimensi dalam penelitian yang disampaikan pada responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *nonprobability sampling* dimaksudkan bahwa setiap unsur atau anggota populasi tidak memiliki peluang atau kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel **Sugiyono (2007 : 17)**. Dimana sampel yang digunakan adalah masyarakat di sekitar Universitas Kristen Maranatha.

Pengujian hipotesis untuk mengetahui dan mengukur mengenai pengaruh *store image* terhadap *general attitude* pada minimarket Circle K adalah sebesar 22.4%. Hasil pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh *store image* terhadap *general attitude* (H₁) adalah dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000

yang dimana terdapat pengaruh positif antara *store image* terhadap *general attitude*.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa apabila *store image* sebuah toko baik, maka sikap para konsumen, baik konsumen lama maupun konsumen baru akan baik pula, karena mereka merasa nyaman dan tidak membosankan untuk dapat berbelanja di toko ritel tersebut.

5.2 Keterbatasan Penelitian

- Penelitian ini hanya untuk mengukur satu jenis peritel yaitu minimarket Circle K di kota Bandung.
- Penelitian ini tidak mengidentifikasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi *general attitude*.
- Penelitian ini hanya dilakukan di lingkungan Universitas Kristen Maranatha terutama Mahasiswa.

5.3 Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

- Pada penelitian berikutnya, sebaiknya dilakukan penelitian yang menguji analisis pengaruh *store image* terhadap *general attitude* pada minimarket lain selain Circle K.

- Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya mengidentifikasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi *general attitude*, misalnya *consumer perception and frequency of shopping*.
- Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya melakukan penelitian diluar lingkungan Universitas Kristen Maranatha, misalnya di supermarket, hypermarket, dan lain-lain.