

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis *store atmosphere* dan hubungannya dengan sikap pembelian konsumen pada FO Blossom Bandung dapat diambil beberapa kesimpulan, antara lain:

1. Konsumen menunjukkan adanya sikap pembelian yang positif terhadap rangsangan yang diberikan oleh perusahaan berupa pelaksanaan *store atmosphere*. Pada elemen *exterior*, papan nama membuat konsumen merasa tertarik untuk memasuki toko terutama dengan lokasi toko yang strategis sehingga memudahkan konsumen menemukan toko dan didukung lahan parkir yang luas dan aman dari jalan raya memberikan perasaan aman bagi konsumen untuk memarkirkan kendaraan mereka. Gabungan faktor-faktor *interior* yaitu kebersihan, penerangan, musik dan aroma toko, temperatur udara, pelayanan, serta proses pembayaran, menciptakan kondisi yang nyaman dan akrab bagi konsumen sehingga konsumen merasa senang untuk menghabiskan waktunya lebih lama berada di dalam toko. Elemen *store layout* juga memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen dalam mencari, melihat dan menemukan apa yang dibutuhkan. Keberadaan *interior POP display*, menjadi nilai tambah bagi *store atmosphere* dalam menarik perhatian konsumen melalui penciptaan *display manequen* dan dekorasi tembok. Kombinasi dari keempat elemen

store atmosphere yang kreatif dan inovatif ternyata mampu menarik perhatian konsumen dalam menciptakan perasaan aman, nyaman dan senang yang dapat mempengaruhi sikap konsumen ketika sedang berbelanja.

2. Besarnya korelasi atau hubungan antara variabel X (*store atmosphere*) dengan variabel Y (sikap pembelian konsumen) pada FO Blossom Bandung berdasarkan perhitungan koefisien determinasi (KD) adalah sebesar 51,41% yang berarti kedua variabel memiliki hubungan yang cukup berarti di mana sikap pembelian konsumen dapat terbentuk dengan adanya pelaksanaan *store atmosphere* yang baik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan mengenai analisis *store atmosphere* dan hubungannya dengan sikap pembelian konsumen di FO Blossom Bandung, peneliti menyampaikan beberapa saran, antara lain:

1. Meskipun FO Blossom Bandung telah melaksanakan *store atmosphere* semaksimal mungkin untuk menciptakan kondisi yang menarik sehingga menimbulkan perasaan aman, nyaman, dan senang bagi konsumen ketika berada di dalam toko, namun peluang untuk lebih meningkatkan perasaan positif konsumen masih sangat terbuka. Upaya-upaya yang bisa dilakukan oleh manajemen toko untuk meningkatkan pelaksanaan *store atmosphere* adalah dengan memperbaiki elemen-elemen *store atmosphere* yang masih kurang pemantauannya, misalnya:

- a. Lebih memperhatikan masalah pengatur temperatur udara agar pengaturannya dapat disesuaikan dengan kondisi udara di luar toko. Apabila udara di luar toko panas, temperatur udara di dalam toko sebaiknya cukup memberikan udara sejuk. Tetapi apabila udara di luar dingin, temperatur udara di dalam toko dikurangi agar tidak bertambah dingin.
- b. Memperhatikan masalah pemutaran musik. Pemutaran musik disesuaikan dengan suasana toko atau disesuaikan dengan latar belakang konsumen yang ada. Apabila konsumen kebanyakan usia dewasa, pilih jenis musik yang lebih lembut atau jika suasana liburan sekolah dan toko dipenuhi anak-anak yang berbelanja bersama orang tuanya, tidak salah jika toko memutar lagu untuk anak-anak.
- c. Lebih memperhatikan masalah pelayanan. Keramahan pelayan lebih ditingkatkan lagi karena tidak sedikit responden yang menyatakan kekurangramahan pelayan toko. Dari masalah wajah yang kurang tersenyum hingga masalah ketidaksiapan pelayan saat konsumen perlu bantuan. Lebih baik pelayan toko tidak hanya berdiri diam memperhatikan konsumen memilih produk tetapi menawarkan bantuan mencari produk yang dibutuhkan konsumen atau misalkan menawarkan alternatif produk.
- d. Lebih memperhatikan pengelompokkan barang. Sebaiknya produk ditempatkan pada kelompok yang sejenis, tidak tersebar sembarangan. Misalnya di sisi kanan area khusus produk untuk anak, dari pakaian,

aksesoris, mainan dan lain-lain. Di sisi kiri area khusus wanita, dari pakaian yang terbagi dua kelompok yaitu formal dan non formal, dan aksesorisnya. Di bagian dalam toko, area khusus pria. Ini akan lebih memudahkan konsumen menemukan apa yang dibutuhkan. Tidak lupa menggunakan petunjuk untuk area-area tersebut.

- e. *Display Mannequin* lebih dibuat menarik, misalnya tidak hanya sekedar diberi pakaian tetapi juga aksesorisnya lengkap dan serasi. Ini akan memberi ide bagi konsumen untuk membeli pakaian dan aksesorisnya mulai dari tas, sepatu, anting-anting, kalung, gelang, *scarf*, jam tangan, jaket dan lain-lain yang sesuai. Jika perlu, *mannequin* tersebut diberi model rambut yang sedang *trend*, patung tersebut lebih menarik perhatian konsumen.
 - f. Dekorasi tembok perlu penambahan agar lebih mempercantik toko. Misalnya pemasangan poster artis yang memakai produk yang juga dijual di toko atau gambar-gambar mengenai produk-produk yang ada.
2. Berdasarkan hasil pengujian statistik yang membuktikan bahwa *store atmosphere* mempunyai hubungan dengan sikap pembelian konsumen, maka FO Blossom Bandung perlu selalu meningkatkan kebijakan mengenai pelaksanaan *store atmosphere* sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga dapat terlihat menarik dan konsumen merasa nyaman, senang dan aman ketika sedang berada di dalam toko, hal ini akan mempengaruhi sikap mereka dalam melakukan pembelian, misalnya kebijakan untuk melakukan penataan ulang *store atmosphere*

setiap satu tahun sekali, sehingga *store atmosphere* terus mengalami perubahan sesuai dengan perkembangan jaman.