

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka penulis menarik beberapa kesimpulan mengenai pengaruh Atmosphere terhadap perilaku pembelian di toko Daiso Paris van Java Bandung.

1. Berdasarkan hasil perhitungan dan analisa mengenai pengaruh Atmosphere terhadap perilaku pembelian di toko Daiso Paris van Java Bandung. diperoleh hubungan yang cukup baik, terbukti diperkuat dari hasil perhitungan yang menunjukkan hal-hal sebagai berikut :
 - Diperoleh hubungan yang kurang baik antara variabel X dan variabel Y dengan tingkat korelasi yang lemah atau tidak ada korelasi ($r_s = 0,11$) yang artinya atmosphere yang diciptakan oleh toko Daiso tidak berpengaruh atau berpengaruh lemah terhadap minat beli konsumen.
 - Hal ini juga dibuktikan dari uji signifikan yang menunjukkan t hitung = $0,77 < t$ tabel = $1,6772$ sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak, ini berarti tidak ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y atau dengan kata lain Atmosphere yang dilakukan oleh toko Daiso tidak berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen.
 - Besarnya pengaruh atmosphere yang dilakukan toko Daiso terhadap perilaku pembelian adalah sebesar $K_d = 1,22\%$, sedangkan sisanya yaitu

sebesar 98,78% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian yang dilakukan penulis.

2. Berdasarkan hasil wawancara, hasil analisis statistik, pengamatan langsung dan kuesioner, oleh penulis dianalisis hasilnya adalah sebagai berikut :

Sebagian besar konsumen yang berbelanja ditoko Daiso adalah pria sebanyak 56%, rentang usia terbanyak adalah antara 18-25 tahun (58%), sebagian besar pekerjaan konsumen adalah pelajar dan mahasiswa (46%) dengan pendapatan rata-rata perbulan adalah Rp. 500.000- Rp.1000.000 juta (38%). Intensitas terbesar dari kunjungan konsumen toko Daiso Paris van Java yang berbelanja adalah baru sekali datang ke toko Daiso dengan persentase sebesar 44% dan alat transportasi yang paling banyak digunakan oleh konsumen untuk mengunjungi toko Daiso adalah mobil pribadi (70%).

3. Atmosphere yang telah dilakukan oleh toko Daiso pada dasarnya dilakukan dengan kurang baik. Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan terhadap 50 responden, mengenai elemen-elemen atmosphere yang dilakukan oleh toko Daiso, maka penulis berpendapat bahwa :

- Exterior

Toko Daiso mempunyai elemen exterior yang cukup baik, ini dapat dilihat dari pernyataan-pernyataan konsumen mengenai elemen exterior.

- General Interior

Pada umumnya toko Daisi melakukan elemen interior dengan cukup baik, namun tingkat kebisingan di dalam toko tergolong tinggi yang dapat menurunkan minat beli konsumen.

- Store Layout

Store layout toko Daiso tergolong cukup baik, ini dilihat dari *product grouping* berdasarkan jenis macam dan kebutuhan konsumen dan *Arrangement Within Departement* (penyusunan produk sesuai dengan departemen) yang dilakukan dengan baik.

- Interior Point of Purchase Display / POP Display

POP Display yang dilakukan oleh toko Daiso dalam hal penempatan Posters, Signs, dan Cards kurang baik, sehingga pelanggan kurang mendapatkan informasi mengenai produk yang dijual.

5.2 Saran

Dibawah ini akan disampaikan beberapa saran dan masukan yang mungkin dapat berguna untuk kemajuan dan perbaikan toko Daiso di masa yang akan datang.

1. Penataan Atmosphere di toko Daiso menurut penulis sudah cukup baik, minimal harus di pertahankan dan dikembangkan agar lebih menarik bagi pengunjung toko Daiso.
2. Menurut penulis, tingkat kebisingan toko yang sengaja diciptakan untuk menarik pengunjung kurang tepat untuk dilakukan di Indonesia, karena kebanyakan orang merasa terganggu untuk berada lama di dalam toko.
3. Atmosphere di toko Daiso cukup baik, namun untuk beberapa tahun yang akan datang diharapkan untuk memperbanyak variasi barang yang ada di toko Daiso.
4. Toko Daiso di harapkan mampu menarik pengunjung dari berbagai kalangan, pria dan wanita dari berbagai jenis umur dan berbagai jenis pekerjaan baik ibu rumah tangga, karyawan atau pegawai negeri, ataupun pengusaha.