
BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai terdapat pengaruh positif pelaksanaan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen di Game Master serta mengacu pada apa yang telah di kemukakan pada bab-bab sebelumnya, peneliti mencoba mengemukakan beberapa kesimpulan dan saran sebagai bahan masukan untuk perusahaan, sehingga diharapkan akan memberikan manfaat bagi Game Master yang memasarkannya baik bagi masa kini maupun pada masa yang akan datang. Khususnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang di peroleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden sebanyak 100 buah kuesioner tentang pengaruh pelaksanaan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen di Game Master, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan *Store Atmosphere* di Game Master mempunyai suatu keunikan tersendiri dengan berbagai macam-macam permainan dan barang-barang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga menarik konsumen untuk mengunjungi Game Master tersebut.
- Profil Responden
- Dari 100 orang responden bahwa 57 orang (57%) yang berjenis kelamin perempuan lebih senang bermain dan belanja dibandingkan laki-laki. Pada

umumnya yang ingin bermain, berbelanja dan ingin bersenang-senang adalah konsumen yang berusia antara 20-30 tahun sebanyak 48 orang (48%), dengan pekerjaan sebagai mahasiswa sebanyak 43 orang (43%), pegawai negeri sebanyak 21 orang (21%), dan wiraswasta sebanyak 16 orang (16%). Konsumen yang berkunjung ke Game Master rata-rata berpenghasilan kurang dari Rp 2.500.000 sebanyak 50 orang (50%). Pada umumnya konsumen yang berkunjung merupakan konsumen yang memiliki pendidikan terakhir S1/akademi, yakni sebanyak 44 orang (44%).

- Berdasarkan hasil analisis pernyataan konsumen terhadap pelaksanaan *store atmosphere* di Game Master secara keseluruhan, maka dapat diperoleh rata-rata pernyataan konsumen sebesar (3,97). Hal ini bahwa pernyataan konsumen terhadap pelaksanaan *store atmosphere* di Game Master adalah baik. Pernyataan konsumen tertinggi adalah mengenai luas ruangan di Game Master karena dengan luasnya ruangan membuat pengunjung merasa betah dan tidak berdesak-desakkan pada waktu pengunjung mau bermain dan berbelanja (4,03), fasilitas yang ada diruangan Game Master misalnya tempat duduk tersedia dengan baik (4,02), kebersihan dalam ruangan pun sangat dijaga sehingga konsumen merasa nyaman (4,00) dan keamanan pun sangat baik (3,98) sedangkan pernyataan responden terendah adalah mengenai tata letak permainan (3,94) dan sistem pembayaran (3,94).
2. Dari hasil analisis pernyataan responden mengenai kepuasan konsumen terhadap pelaksanaan *store atmosphere* di Game Master secara keseluruhan, maka dapat diperoleh rata-rata pernyataan responden sebesar (3,98). Hal ini menunjukkan

bahwa konsumen merasa puas dengan pelaksanaan *store atmosphere* di Game Master, karena telah memenuhi harapan dan keinginan konsumen. Pernyataan konsumen yang tertinggi adalah keramahan karyawan, karena dengan ramahnya karyawan membuat konsumen merasa puas untuk bertanya seputar permainan atau barang yang ada di Game Master (4,02), sedangkan pernyataan konsumen terendah adalah mengenai kelompok permainan dan barang, mungkin pengaturan kelompok permainan dan barang belum sesuai dengan keinginan konsumen (3,93).

3. Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier sederhana induktif dengan persamaan regresi $Y = 2.058 + 0.977X$. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel X (pelaksanaan *store atmosphere*) dengan variabel Y (kepuasan konsumen). Berdasarkan hasil uji t-test, maka dapat diketahui nilai t_{hitung} sebesar 33,389 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,663. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} , maka H_0 ditolak. Ini berarti terdapat pengaruh positif pelaksanaan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen. karena

Keterbatasan-keterbatasan Peneliti:

Dari hasil penelitian, maka terdapat pengaruh positif pelaksanaan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen. Dilihat dari indikator *store atmosphere* ada beberapa yang tidak diteliti, tenaga, biaya dan waktu pada saat mengumpulkan data kuesioner dan pengaruh positif pelaksanaan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen.

1. Menurut Barry Berman dan Joel.R.Evans, ada beberapa elemen-elemen yang terdapat pada *store atmosphere* yang tidak digunakan atau yang tidak diteliti oleh peneliti, yaitu:

- Bangunan luar, karena Game Master terletak di dalam gedung atau berada di dalam mall Istana Plaza.
- Fasilitas parkir dan halaman toko, karena Game Master terletak di dalam gedung. Fasilitas parkir dan halaman toko sudah termasuk di dalam gedung atau di dalam mall.
- Alunan musik , karena Game Master tidak terdapat suara latar (*back sound*) karena tiap-tiap permainan yang berada di Game Master semuanya mengeluarkan lagu sesuai dengan tipe-tipe kelebihan permainan.
- Tanda gambar special event, karena Game Master memberikan informasi kepada konsumen melalui majalah Istana Plaza dan melalui internet.

2. Mengumpulkan data kuesioner

- Tenaga: Peneliti pada waktu membagikan kuesioner kepada konsumen harus menunggu sampai konsumen selesai bermain dan berbelanja, ada juga konsumen yang langsung mengisi kuesioner tersebut. Dan ada juga konsumen mengisi kuesioner tersebut tidak lengkap sehingga peneliti harus menjelaskan lagi apa yang konsumen tidak ketahui pada isi kuesioner.
- Biaya: Peneliti harus mengeluarkan biaya membuat kuesioner untuk dibagikan kepada konsumen di Game Master.
- Waktu: Peneliti banyak meluangkan waktu untuk membagikan dan mengumpulkan kuesioner yang pada konsumen.

3. Pengaruh Positif pelaksanaan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen di Game Master, karena pelaksanaan *store atmosphere* di Game Master menampilkan sesuatu yang mendukung konsumen merasa puas misalnya

lokasinya yang sangat strategis, luas ruangan sehingga konsumen tidak berdesak-desakan, fasilitas ruangan yang memadai, keamanan yang baik sehingga konsumen merasa nyaman, kebersihan dalam ruangan, dekorasi ruangan, jenis barang yang dijual sesuai dengan kebutuhan konsumen, dan keramahan karyawan. Sehingga berdampak positif bagi pelaksanaan *store atmosphere* di Game Master untuk kepuasan konsumen.

5.2. Saran :

Saran untuk Game Master di Istana Plaza yang mendukung untuk pelaksanaan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen, yaitu:

1. Yang harus diperbaiki oleh Game master, yaitu:
 - Meskipun secara keseluruhan pelaksanaan *store atmosphere* di Game Master sudah baik bagi konsumen, tetapi akan lebih baik lagi bila pelaksanaan *store atmosphere* tersebut dapat dikembangkan lagi, dengan cara memperluas arena Game Master dan ada baiknya Game Master dapat berdiri sendiri tanpa harus berada di dalam mall.
 - Ada baiknya juga Game Master mempunyai fasilitas parkir sendiri, sehingga konsumen dapat mempermudah menjangkau Game Master tersebut. Selain itu juga Game Master harus mempunyai halaman depan untuk memperindah dengan membuat tanaman yang bervariasi, sehingga konsumen lebih tertarik untuk mengunjungi Game Master tersebut.
 - Di dalam Game Master sebaiknya tempat bermain dan tempat berbelanja di pisahkan, karena di dalam Game Master tidak terdapat suara latar (back

sound) karena tiap-tiap permainan mengeluarkan lagu. Maka dengan itu, ada baiknya tempat berbelanja di pisahkan dengan tempat bermain, sehingga konsumen bisa menikmati berbelanja dengan alunan musik yang ada pada tempat tersebut.

- Selain majalah Istana Plaza dan melalui internet, Game Master harus memberikan informasi melalui tanda gambar special event misalnya lewat event atau acara, Game Master menjadi sponsor pada event atau acara tersebut.

2. Mengumpulkan Data

Pada saat Membagikan dan mengumpulkan data kuesioner untuk peneliti lainnya, Peneliti harus teliti dalam membagikan dan mengumpulkan kuesioner, menguasai objek penelitian yang diteliti untuk dapat menjelaskan kepada konsumen yang belum mengerti mengenai isi kuesioner, dan teliti pada saat konsumen selesai mengisi kuesioner tersebut biasanya konsumen mengisi kuesioner tersebut tidak lengkap.