

BAB V
SIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN, DAN KETERBATASAN
PENELITIAN

5.1 Simpulan

Dari hasil analisis data dan pembahasan dari bab sebelumnya, maka diperoleh simpulan sebagai berikut ini.

1. Atmosphere di distro mars clothing sejauh ini memberikan kepuasan tersendiri bagi para konsumen yang pernah berkunjung ke distro mars clothing. Mayoritas pengunjung yang pernah berkunjung ke distro mars clothing berpendapat bahwa store atmosphere di distro mars clothing sudah mampu memberikan kepuasan bagi para pengunjungnya, hal ini dibuktikan dengan tingginya jawaban yang menyatakan bahwa para responden/ konsumen merasa bahwa store atmosphere di distro mars clothing sangat bagus, mereka setuju dan sangat setuju bahwa segala aspek dalam atmosphere distro mars clothing bisa membuat mereka nyaman, dengan kata lain store atmosphere di distro mars clothing sangat bagus berdasarkan persepsi dan jawaban konsumen.
2. Keputusan pembelian konsumen di distro mars clothing sangat tinggi, para konsumen menjawab bahwa segala sesuatu mengenai store atmosphere sangat menentukan minat para konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Semua aspek store atmosphere seperti desain exterior, general interior,

layout, dan display interior, membuat para konsumen tertarik untuk melakukan keputusan pembelian. Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh peneliti, peneliti menyimpulkan bahwa 95% para konsumen yang pernah membeli di distro mars clothing, tertarik untuk melakukan pembelian ulang kembali.

3. Store atmosphere berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Meski pengaruh store atmosphere tidak terlalu besar, namun tetap berdampak terhadap peningkatan pembelian para konsumen. Store atmosphere berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 29.90%, sedangkan sisanya 70.10% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel store atmosphere. Peran atmosphere dan keindahan pengaturan atmosphere memberikan dampak terhadap peningkatan keputusan pembelian, oleh karenanya pihak distro mars clothing harus terus memperhatikan keindahan atmosphere dan melakukan maintenance / perawatan secara berkala. Penelitian ini mendukung pernyataan dan teori yang dikemukakan oleh Kotler, menurut Kotler ketika seseorang konsumen masuk toko mereka tidak akan hanya memberikan penilaian terhadap produk dan harga yang ditawarkan oleh retailer, tetapi juga memberikan respon terhadap lingkungan pembelian seperti atmosphere.

5.2 Implikasi dan Saran bagi distro mars clothing

Sebuah tempat penjualan barang dan produk, kini tidak hanya dituntut untuk mendesain produk, harga dan kualitas produk semata, akan tetapi fasilitas tempat pemajangan produk yang menarik secara keseluruhan. Atmosphere tempat produk ditawarkan menjadi faktor penting untuk menunjang kenyamanan konsumen saat melakukan penilaian produk hingga menentukan sebuah transaksi. Peneliti memberikan saran dan rekomendasi berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diantaranya sebagai berikut:

1. Persepsi konsumen terhadap store atmosphere di distro mars clothing sudah sangat memuaskan. Konsumen yang pernah berkunjung ke distro mars clothing berpendapat bahwa atmosphere distro dapat membuat mereka nyaman. Peneliti memberikan saran, agar para pelanggan/ konsumen tidak jenuh dengan atmosphere distro, hendaknya melakukan perubahan tema atmosphere setidaknya 1 kali dalam satu tahun.
2. Keputusan untuk melakukan pembelian ulang di distro mars clothing cukup tinggi, mayoritas konsumen berpendapat bahwa mereka akan melakukan pembelian kembali dikarenakan faktor dari store atmosphere di distro mars clothing menarik.
3. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa store atmosphere di distro mars clothing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang para konsumen. Kedua variabel ini saling berkaitan erat satu sama lainnya, peneliti menyarankan untuk melakukan

perbaikan – perbaikan pada elemen atmosphere seperti; desain exterior, general interior, layout, dan display interior ketika elemen – elemen tersebut mengalami kerusakan atau keusangan mode, hal ini dilakukan agar pihak distro mars clothing mampu mempertahankan loyalitas para pelanggan lama dan memunculkan ketertarikan bagi calon pelanggan baru yang potensial.

5.3 Keterbatasan dan Saran bagi Penelitian Mendatang

Penelitian ini tentunya tidak terlepas dari berbagai keterbatasan dan kendala yang dihadapi dalam melakukan penelitian ini, karena itu peneliti merasa perlu untuk memberikan saran bagi penelitian selanjutnya, agar hasil penelitian selanjutnya lebih baik.

1. Penelitian ini hanya membahas dua variabel, yaitu store atmosphere dan keputusan pembelian ulang, tanpa menurunkan sub variabel yang dimiliki masing – masing variabel. Peneliti menyarankan, jika ingin mengetahui secara detail mengenai pengaruh atmosphere terhadap keputusan pembelian, hendaknya menurunkan sub variabel desain exterior, general interior, layout, dan display yang merupakan sub variabel atmosphere.
2. Jumlah sampel hanya memenuhi jumlah minimum, yaitu hanya 201 sampel/ responden. Peneliti menyarankan, untuk penelitian berikutnya, jika menggunakan instrumen kuesioner yang sama, hendaknya mengambil sampel sesuai dengan banyaknya butir pertanyaan dikali dengan angka lima untuk sampel minimum, dan dikali sepuluh untuk sampel maksimum, atau

menggunakan rumus lain yang berlaku, agar jumlah sampel dapat mewakili populasinya.

3. Lingkungan penelitian hanya pada area distro di purwakarta.
4. Keterbatasan kemampuan peneliti dalam menterjemahkan bentuk kuesioner. Peneliti menyarankan, untuk penelitian selanjutnya penjelelasan bentuk kuisisioner yang diadaptasi dari bahasa lain disajikan dengan kalimat dan bahasa yang mudah dimengerti oleh responden.
5. Penelitian ini merupakan pengembangan sebuah teori dan gagasan baru, sehingga untuk melengkapi sebuah data, hendaknya metode wawancara, dan butir pertanyaan terbuka diberikan kepada para responden, untuk mendukung data kuesioner, sehingga data yang didapatkan lebih banyak dan saling mendukung satu sama lainnya.