

## Bab V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisa dan pengolahan data pada penelitian tentang “Pengaruh Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen di Paris Van Java Bandung”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Responden memberikan respon baik mengenai lokasi di Paris Van Java, maka dapat disimpulkan pula lokasi pada Paris Van Java termasuk dalam kategori strategis.
2. Lokasi Paris Van Java sendiri termasuk strategis hal ini dapat dibuktikan dari adanya tanggapan positif responden yang setuju diatas 50% terhadap beberapa aspek penelitian melalui kuisioner diantara lain : PVJ memiliki lahan parkir yang sangat luas (tabel 2), Lokasi PVJ sendiri terletak dipusat kota (tabel 3), PVJ selalu memperluas lahan parkirnya (tabel 6), PVJ memudahkan konsumen untuk dapat masuk dengan mudah dan nyaman (tabel 9), PVJ tampak nyaman dan bersih (tabel 11), Logo PVJ sendiri dapat terlihat jelas oleh konsumen (tabel 12), Dekorasi keseluruhan PVJ tampak menarik (tabel 13), Suasana PVJ membuat konsumen merasa nyaman, Lahan parkir PVJ yang luas (tabel 16).
3. Lokasi (X) berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen (Y) sebesar 51,9%, sedangkan sisanya sebesar 48,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

## **5.2 Keterbatasan penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh minat beli konsumen yang dipengaruhi oleh lokasi perusahaan. Keterbatasan penelitian perlu diberikan mengingat luasnya ruang lingkup penelitian serta keterbatasan waktu. Oleh karena itu, penelitian ini tentu memiliki batasan-batasan penelitian yang difokuskan pada sektor produk dimana lokasi perusahaan menjadi hal utama yang ditelusuri dan diteliti secara lebih rinci yang diterapkan pada Paris Van Java. Pengisian kuesioner harus benar-benar dipantau agar tidak ada jawaban yang kosong dan tidak terjadi kesalahan pengisian serta yang lebih utama adalah pembuatan butir-butir pertanyaan harus benar-benar diperhatikan agar tidak terjadi kebingungan responden dalam mengisi dan jawaban yang dihasilkan dapat merepresentasikan hal-hal yang ditanyakan. Kurangnya responden pun menjadi salah satu keterbatasan dalam penelitian. Jika responden lebih banyak lagi, maka penelitian akan lebih mudah diteliti dalam menganalisa hasilnya mengenai pengaruh lokasi perusahaan terhadap minat beli konsumen.

## **5.3 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut

- Untuk peneliti berikutnya :
  1. Melakukan penelitian dengan menggunakan wawancara selain kuesioner.
  2. Melakukan penelitian yang lebih mendalam lagi tentang penelitian yang sudah peneliti lakukan.

3. Menambah jumlah responden.
- Untuk perusahaan :
    1. Perusahaan harus mampu mempertahankan keputusan konsumen dalam memilih lokasi perusahaannya untuk melakukan pembelian secara berulang.
    2. Sebaiknya perusahaan gencar melakukan pembaharuan-pembaharuan untuk menarik konsumen baru.
    3. Perusahaan mencari cara agar lokasi Paris Van Java dapat dengan mudah terlihat.
    4. Perusahaan dapat mengatur agar lokasi Paris Van Java dekat dengan fasilitas umum lain.
    5. Perusahaan Paris Van Java membuka jalan akses cepat agar memudahkan konsumen menuju lokasi perusahaan.
    6. Perusahaan Paris Van Java membuat akses jalan masuk maupun keluar dari segala arah.
    7. Agar Perusahaan Paris Van Java membuat berbagai alternatif demi kenyamanan konsumen.
    8. Agar Perusahaan membuka akses jalan masuk Paris Van Java dari segala arah.
    9. Paris Van Java dapat mengatasi kemacetan atau antrian saat masuk mall.