

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Buying Intention* Pada Toko Oleh-Oleh Kabita Bandung, hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa *Store Atmosphere* berpengaruh secara simultan, artinya bahwa secara bersama-sama variabel bebas yang terdiri dari *general interior*, *exterior*, *store layout*, dan *interior* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *buying intention* di toko oleh-oleh Kabita Bandung.
2. Melalui proses penelitian koefisien determinasi yang menjelaskan besar pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen, menunjukkan bahwa pengaruh *exterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior* memberikan pengaruh secara simultan terhadap *buying intention*. Dan dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa keempat variabel independen tersebut memberikan kontribusi pengaruh terhadap *buying intention* sebesar 91.8%, sedangkan sisanya 7.2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti iklan, promosi, harga, kelengkapan produk dan pelayanan pelanggan.
3. Berdasarkan hasil penelitian ini, didapatkan hasil bahwa :
  - *Exterior* mempengaruhi *buying intention* secara parsial sebesar 36,9%

- *General interior* mempengaruhi *buying intention* secara parsial sebesar 17,4%
  - *Store layout* mempengaruhi *buying intention* secara parsial sebesar 23,2%
  - *Interior* mempengaruhi *buying intention* secara parsial sebesar 14,4%
4. Berdasarkan hasil penelitian ini, didapatkan hasil bahwa *exterior, general interior, store layout, dan interior* mempengaruhi *buying intention* secara simultan sebesar 91,8%

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah :

1. Toko oleh-oleh Kabita sebaiknya dapat mempertahankan ataupun meningkatkan *store atmosphere* yang dimilikinya sekarang. Karena dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa *store atmosphere* dari toko Kabita sangat menarik bagi pelanggan dan membuat toko Kabita dapat bersaing.
2. Selain memperhatikan *store atmosphere*, toko oleh-oleh Kabita hendaknya juga memperhatikan faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini untuk menyempurnakan faktor yang dapat menarik *buying intention* dari konsumen seperti iklan, promosi, harga, produk, dan pelayanan pelanggan.

3. Untuk peneliti lain di masa yang akan datang, peneliti menyarankan agar memasukan faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini agar penelitian yang dilakukan lebih sempurna.

