

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang dilakukan maka penulis menarik beberapa kesimpulan mengenai peranan Atmosphere dalam meningkatkan minat beli konsumen pada Toserba Borma Taman Kopo Indah.

1. Berdasarkan hasil perhitungan dan analisa mengenai peranan atmosphere dalam meningkatkan minat beli konsumen pada Toserba Borma Taman Kopo Indah. Diperoleh hubungan yang cukup baik, terbukti diperkuat dari hasil perhitungan yang menunjukkan hal-hal sebagai berikut :
  - Diperoleh hubungan yang positif dan searah ( $r_s = +1$  atau mendekati  $+1$ ) antara variabel X dan variabel Y dengan tingkat korelasi yang cukup kuat ( $r_s=0,735$ ), yang artinya semakin baik Store Atmosphere pada Toserba Borma Taman Kopo Indah, maka semakin besar pula minat beli konsumen, demikian juga sebaliknya.
  - Hal ini juga dibuktikan dari uji signifikan yang menunjukkan  $t_{hitung} = 10,73 > t_{tabel} = 1,987$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, ini berarti ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y atau dengan kata lain Atmosphere yang dilakukan oleh Toserba Borma Taman Kopo Indah berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

- Besarnya pengaruh Atmosphere yang dilakukan Toserba Borma Taman Kopo Indah terhadap minat beli konsumen adalah sebesar  $K_d = 54,02\%$  sedangkan sisanya yaitu sebesar  $45,98\%$  dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk kedalam penelitian yang dilakukan oleh penulis.
2. Berdasarkan hasil wawancara, hasil analisis statistic, pengamatan langsung dan kuesioner, oleh penulis dianalisis hasilnya adalah sebagai berikut :
- Sebagian besar konsumen yang berbelanja di Toserba Borma Taman Kopo Indah adalah wanita (73%), rentang usia terbanyak adalah 41-50 tahun (56%), sebagian besar pekerjaan konsumen adalah ibu rumah tangga (61%) dengan pendapatan rata-rata perbulan adalah Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000 (68%).
  - Intensitas terbesar dari kunjungan konsumen Toserba Borma Taman Kopo Indah yang berbelanja untuk keperluan pribadi atau keluarga adalah beberapa kali dalam sebulan (76%), tingkat pendidikan konsumen yang berbelanja terbanyak adalah lulus SMA (51%), alat transportasi yang banyak digunakan konsumen adalah alat transportasi motor (77%), dan tempat konsumen tinggal terbanyak adalah Bandung Selatan (97%)
3. Atmosphere yang telah dilakukan oleh Toserba Borma Taman Kopo Indah pada dasarnya telah dilaksanakan dengan baik. Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan terhadap 100 orang responden mengenai elemen-elemen

atmosphere yang dilakukan oleh Toserba Borma Taman Kopo Indah, maka penulis berpendapat bahwa :

- Exterior

Toserba Borma Taman Kopo Indah mempunyai elemen exterior yang cukup baik, ini dapat dilihat dari pernyataan-pernyataan konsumen mengenai elemen Exterior dari tabel 4.12 mengenai lokasi toko berada dalam lingkungan yang strategis sebesar 77% menyatakan sangat setuju.

- General Interior

Pada umumnya Toserba Borma Taman Kopo Indah melaksanakan elemen General Interior dengan cukup baik, karena cukup menarik minat pengunjung yang datang ke Toserba Borma Taman Kopo Indah untuk berbelanja dapat pada tabel 4.22 mengenai proses pembayaran dilakukan dengan cepat sebesar 73% menyatakan sangat setuju.

- Store Layout

Store Layout Toserba Borma Taman Kopo Indah tergolong baik ini bisa dilihat dari tabel 4.24 mengenai pengelompokkan barang baik, memudahkan dalam mencari barang dan jalan tidak berdesak-desakkan sebesar 73% menyatakan sangat setuju dan tabel 4.26 mengenai penjangkauan barang di rak sebesar 73% menyatakan sangat setuju.

- Interior Point of Purchase Display / POP Display

Salah satu kelebihan store atmosphere dari Toserba Borma Taman Kopo Indah adalah Interior Point of Purchase Display. Penempatan Posters dibuat

sedemikian rupa sehingga konsumen langganan dan pengunjung Toserba Borma Taman Kopo Indah bisa mengetahui segera produk yang dijual. Ini menunjukkan kelebihan dari Toserba Borma Taman Kopo Indah ditunjukkan pada tabel 4.27 mengenai letak barang jelas sehingga cepat dan mudah dalam mencari barang sebesar 76% menyatakan sangat setuju.

## **5.2 Saran**

Dibawah ini akan disampaikan beberapa saran dan masukan yang memungkinkan dapat berguna untuk perbaikan dan kemajuan Toserba Borma Taman Kopo Indah di masa yang akan datang.

1. Penataan Atmosphere di Toserba Borma Taman Kopo Indah menurut penulis cukup baik, minimal harus dipertahankan dan dikembangkan agar lebih baik dan lebih menarik para pengunjung Toserb Borma Taman Kopo Indah, mengingat bersaing dengan Toserba Griya Taman Kopo Indah dan SuperIndo Taman Kopo Indah.
2. Toserba Borma Taman Kopo Indah diharapkan mampu menarik pengunjung dari berbagai kalangan, pria dan wanita dari berbagai jenis umur dan berbagai Janis pekerjaan baik ibu rumah tangga, pegawai kantor sampai mahasiswa dan pelajar.
3. Toserba Borma Taman Kopo Indah lebih meningkatkan store atmospherenya seperti :
  - a. Penambahan jumlah kasir sehingga proses pembayaran menjadi lebih cepat.

- b. Pembagian kasir untuk konsumen yang membeli banyak dan konsumen yang membeli sedikit sehingga konsumen yang membeli sedikit tidak perlu menunggu atau mengantri terlalu lama untuk melakukan proses pembayaran.
- c. Tempat parkir diperbesar sebab untuk menarik minat konsumen dengan kemudahan dalam mencari tempat parkir.