

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian berikut pembahasan yang telah dilakukan pada RR *Factory Outlet* Jalan Kebon Kawung Bandung, maka penulis akan mencoba menarik beberapa kesimpulan dan mengemukakan saran-saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi RR *Factory Outlet* sehingga dapat lebih memuaskan pelanggannya.

Berikut ini adalah hasil penelitian yang berhasil penulis rangkum dalam bentuk kesimpulan-kesimpulan. Adapun kesimpulan-kesimpulan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Pelaksanaan *Store Atmosphere* secara umum sudah dilaksanakan dengan baik, yaitu dapat terlihat dalam pencahayaan ruangan yang menggunakan beberapa lampu neon dan 1 lampu kristal yang cukup besar sehingga ruangan menjadi terang, aroma ruangan yang harum, terdapat 12 AC yang dipasang di ke-2 lantai sehingga membuat temperatur ruangan RR *Factory Outlet* menjadi sejuk, pengaturan alokasi barang yang tepat dan teratur, *Manequen* dipasangkan pakaian dan aksesoris yang penuh kreasi sehingga menimbulkan kesan yang lain daripada yang lain tetapi tetap serasi dan menarik, dan dekorasi ruangan sesuai dengan tema peringatan-peringatan tertentu seperti memasang hiasan gambar-gambar berbentuk hati pada saat

Valentine sehingga dengan *Store Atmosphere* yang nyaman dapat menarik minat beli para konsumen.

2. Berdasarkan hasil penilaian dan tanggapan konsumen mengenai pengaruh *Store Atmosphere* terhadap minat beli konsumen tampaknya sudah cukup tinggi. Keputusan konsumen dalam membeli suatu produk dipengaruhi oleh kenyamanan suasana berbelanja didalam toko tersebut. Hal ini berdasarkan jumlah mayoritas responden yang menyatakan sangat setuju ada 110 orang atau 42,31 % menyatakan bahwa kenyamanan suasana di dalam *RR Factory Outlet* dapat menarik minat beli konsumen.
3. Dari kuesioner yang telah disebar dan analisis statistik, maka dapat diketahui bagaimana pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen yaitu:
 - § Dari regresi yang dihasilkan yaitu $R = 0,865$ menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara *Store Atmosphere* terhadap minat beli konsumen.
 - § Dari koefisien determinasi dapat dilihat bahwa 74,8 % *store atmosphere* dipengaruhi oleh minat beli konsumen dan 25,2 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas disini.
 - § Hipotesa adanya pengaruh antara *Store Atmosphere* yang dilaksanakan dengan minat beli konsumen dapat diterima setelah dilakukan uji statistik, hasilnya adalah $t_{hitung} = 27,671$ dengan $p\ value\ 0,00 < 0,05$ sehingga tolak H_0 dan terima H_1 .

5.2 Saran

Saran-saran yang ingin penulis simpulkan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada RR *Factory Outlet* jalan Kebun Kawung Bandung demi kemajuan RR *Factory Outlet* di masa yang akan datang adalah sebagai berikut:

1. Mempertahankan kualitas yang baik dan harga terjangkau pada produk-produk RR *Factory Outlet*, sehingga konsumen semakin loyal terhadap RR *Factory Outlet*.
2. Logo RR *Factory Outlet* dibuat lebih menarik lagi, misalnya dengan perubahan dalam bentuk huruf dan kombinasi warna-warna cerah yang lebih menarik.
3. Memperkenalkan lebih sering pada masyarakat luas mengenai produk-produk RR *Factory Outlet* serta motto dari RR *Factory Outlet*. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan spanduk/selebaran-selebaran sehingga konsumen akan semakin yakin untuk berbelanja di RR *Factory Outlet*.