

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisa dan pengolahan data pada penelitian tentang “Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Pada Ritel Kagum *Fashion* di Sepanjang Jalan Cihampelas Bandung”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari analisis statistik data responden diketahui bahwa mayoritas responden adalah yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 77 orang atau 51,3% dan minoritas responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 73 orang atau 48,7%.
2. Dilihat dari uji validitas ditemukan bahwa *item* yang valid adalah *item* SA1, SA2, SA3, SA4, SA5, SA6, SA7, SA8, SA9, SA10, SA11, SA12, SA13, SA14, MB1, MB2, MB3, MB4, MB5, MB6, MB7, MB8, MB9, MB10.
3. Dari hasil uji reliabilitas, instrumen dinyatakan reliabel karena lebih besar dari nilai *cronbach alpha*. Variabel *store atmosphere* dengan *cronbach alpha* = 0,635 \geq 0,50. Variabel minat beli dengan *cronbach alpha* = 0,642 \geq 0,50. Dari hasil uji reliabilitas seluruh variabel yang telah dinyatakan valid, juga dinyatakan reliabel karena nilai *cronbach alpha* \geq 0,50 dan nilai *cronbach alpha if item deleted* \leq *cronbach alpha*.
4. Dari hasil persamaan regresi didapatkan nilai *standardized beta* SA sebesar 0,171 dan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.
5. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi dapat disimpulkan bahwa variabel *store atmosphere* dipengaruhi oleh variabel minat beli sebesar

13,7% sedangkan sisanya sebesar 86,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti *price, place, promotion, service*.

6. Dari hasil uji-t diperoleh nilai *p value* sebesar 0,000 dapat dinyatakan bahwa $p\ value \leq \alpha$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan serta beberapa kesimpulan pada penelitian ini, adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih baik, yaitu:

1. Untuk manajemen FO Kagum Group di Jalan Cihampelas agar lebih meningkatkan perkembangan mengenai *store atmosphere* agar dapat menciptakan minat beli yang lebih baik dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.
2. Manajemen FO Kagum Group di Jalan Cihampelas sebaiknya membuat brosur dan media promosi lainnya agar menarik perhatian pengunjung.
3. Manajemen FO Kagum Group di Jalan Cihampelas perlu membuat gebrakan strategi marketing yang baru agar dapat lebih mendorong minat beli konsumen.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih mempunyai keterbatasan-keterbatasan. Adanya keterbatasan ini diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan hanya menggunakan kuesioner sehingga data responden kurang akurat dan peneliti kurang mendapatkan informasi secara langsung dari responden.
2. Pada penelitian ini tidak diteliti pekerjaan dari masing-masing responden sehingga hasil yang didapat tidak mewakili.

5.4 Implikasi Penelitian

1. Implikasi penelitian ini bertujuan untuk melihat bahwa *store atmosphere* harus dikelola dengan baik oleh setiap perusahaan, dimana dalam hal ini yaitu FO Kagum Group di Jalan Cihampelas.
2. Di saat FO Kagum Grup di Jalan Cihampelas mengelola *store atmosphere* dengan baik dalam hal ini untuk pengaturan *musik* di FO Kagum Grup di Jalan Cihampelas, pencahayaan, rak *display* yang rapi, kebersihan, dan keramahan karyawan FO Kagum Group di Jalan Cihampelas, maka pengunjung pun akan tertarik untuk membeli.