

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. *Store atmosphere* berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Bandoeng Optical sebesar 54%.
2. Dimensi dari *store atmosphere* yang paling dominan berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Bandoeng Optical adalah *instore atmosphere* yang terdiri dari *internal layout*, suara, aroma, faktor visual dan karyawan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan sebagai berikut :

- Karena keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya, sebagian dari kuesioner ini disebar dengan cara menitipkan kepada pihak-pihak yang bersedia membantu demi keberhasilan penelitian yang penulis lakukan, seperti penjaga toko Bandoeng Optical dan teman-teman yang pernah mengunjungi Bandoeng Optical. Sehingga peneliti tidak dapat melihat dan membantu secara langsung apabila terdapat responden yang ingin bertanya mengenai pertanyaan-pertanyaan yang penulis ajukan.
- Penelitian yang penulis lakukan hanya berfokus pada daerah kota Bandung. Khususnya Bandoeng Optical yang berlokasi di Jalan Buah Batu No. 176 Kota Bandung.

5.3 Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, penulis mencoba memberikan saran yang diharapkan dapat membantu pihak perusahaan untuk dapat lebih meningkatkan lagi minat beli konsumen. Adapun saran-saran tersebut adalah :

1. Berdasarkan hasil penelitian, Bandoeng Optical dapat meningkatkan indikator dalam *instore atmosphere* yang memiliki pengaruh paling kecil, seperti suara dalam toko. Suara disini dapat berupa jenis musik yang dimainkan dalam toko dan tingkat kebisingan mesin dalam toko.
2. *Outstore atmosphere* yang terdiri dari *external layout*, tekstur, deain eksterior, *parking* dan lokasi, Bandoeng Optical dapat meningkatkan kualitas desain eksteriornya yang terdiri dari bentuk bangunan dan pencahayaan. Hal ini dapat merangsang konsumen untuk berkunjung ke toko lalu melakukan pembelian.

