BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1.1 Simpulan

Berdasarkan dari pengujian dan analisis mengenai pengaruh variabel Store atmosphere pada Minat beli konsumen (Study Pada: konsumen mall) maka dapat ditarik kesimpulan bahwa : Terdapat pengaruh Store atmosphere pada Minat beli konsumen, Didalam store atmosphere variable-variable yang diuji serta dianalisis terdapat 7 (tujuh) variable sebagai berikut; variabel *cleanliness*, variabel *music*, variabel *scent*, variabel *temperature*, variabel *lighting*, variabel *color*, variabel *display/layout* dimana semua variabel tersebut mempunyai pengaruh pada minat beli konsumen.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu :

1. Karakteristik responden pada kuesioner dalam penelitian tidak spesifik seperti : Usia, Jenis kelamin, maupun letak geografis.
2. Distribusi penyebaran data tidak normal sehingga simpulan penelitian ini tidak dapat digenerelisasi ke populasi.
3. Peneliti hanya fokus membahas store atmosphere pada minat beli kosumen, Jika dapat dikembangkan variabel WOM (Word Of Mouth) dapat menjadi salah satu variabel dari penelitian selanjutnya.

5.3 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang menggunakan sub variabel *store atmosphere* (*cleanliness, music, scent, temperature, lighting, color, display/layout)* pada minat beli konsumen, telah diperoleh hasil yang signifikan bahwa *cleanliness, music, scent, temperature, lighting, color, display/layout* memiliki pengaruh positif terhadap minat beli konsumen yang pernah berbebelanja produk di toko retail kategori Mall.

Menurut Cooper (1981) menyatakan bahwa atmosfer toko yang memiliki keindahan akan membentuk citra positif di benak konsumen terhadap toko tersebut, dan jika dalam hal tersebut berlangsung lama maka kecenderungan konsumen memilih toko tersebut sangat tinggi. Hal ini akan meningkatkan minat beli konsumen terhadap toko tersebut. Menunrut Schlosser (1998) mengatakan bahwa seorang konsumensering menilai sebuah toko pada kesan pertamanya dilihat dari atmosphere toko tersebut, baik itu berupa tataletak, pencahayaan, musik, warna toko, dan ruangan nya. Maka dari itu perusahaan diharuskan memahami cara-cara untuk meningkatkan atmosfer toko mereka sehingga dapat menciptakan atmosfer toko yang lebih baik bagi perusahaan dan produknya dimata konsumen. Karena atmosfer toko merupakan aset yang penting bagi kesuksesan perusahaan. Toko retail kategori mall juga diharuskan untuk memberikan berbagai atmosfer toko yang menarik konsumen agar simpatik minat beli konsumen untuk berbebelanja produk di toko retail kategori Mall menigkat, selain itu dengan memperhatikan dan menjaga aspek-aspek dari

atmosfer toko diharapkan konsumen dapat tertarik untuk datang kembali ke toko tersebut.

Konsumen akan melakukan pembelian secara berkelanjutan atas keseluruhan produk dan jasa, selama mereka merasa bahwa perusahaan/mall memberikan tambahan kepuasan yang dihasilkan dari perbandingan pengeluaran biaya untuk memperoleh kepuasan tersebut (Bucklin, 1963 dalam Magdalena 2010).

5.4 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan serta kesimpulan yang didapat, adapun saran-saran dalam penelitian ini agar penelitian ini menjadi lebih baik lagi nantinya :

1. Diharapkan peneliti yang akan datang melakukan penelitian dengan model penelitian yang berbeda dari yang telah dilakukan oleh peneliti, serta lebih memperhatikan karakteristik responden pada penelitian tersebut agar hasil penelitian lebih spesifik.
2. Dalam penelitian yang akan datang untuk melakukan pembagian penyebaran data, dilakukan secara merata dan lebih terarah dalam populasi nya, agar hasil data yang didapat menjadi normal.
3. Diharapkan penelitian yang akan datang menambahkan variabel WOM (Word Of Mouth) sebagai variabel mediasi, agar dapat mengetahui apakah ada pengaruh atau tidak pada minat beli konsumen dengan ditambahkan nya variabel tersebut.