

BAB V**SIMPULAN DAN SARAN****5.1 Kesimpulan**

Mengacu pada hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis uraikan pada Bab IV sebelumnya, maka pada bab ini penulis menarik beberapa kesimpulan dari pembahasan tentang “Analisis Hubungan Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PD. Sumber Rejeki Motor” serta saran-saran yang tentunya dapat bermamfaat bagi kemajuan serta pelaksanaan atmosphere yang baik bagi PD. Sumber Rejeki Motor-Bandung.

- ✚ Elemen-elemen dari Atmosphere merupakan faktor yang berhubungan bagi minat beli konsumen terhadap pembelian sebuah produk, dimana lemahnya setiap elemen-elemen atmosphere yang dapat disimpulkan sebagai berikut:
 - Pintu masuk tidak cukup lebar, sehingga konsumen tidak leluasa keluar-masuk dengan bebas (sesuai dengan tabel 4.9, dimana responden menjawab kurang setuju sebesar 65% dan tidak setuju 12%)
 - Bangunan toko menurut sebagian responden kutang menarik, disebabkan sederhananya bangunan luar toko sehingga kurang menarik perhatian konsumen (sesuai tabel 4.10, dimana responden menjawab kurang setuju sebesar 65% dan tidak setuju 12%)

- Lokasi toko berada dalam lingkungan yang kurang strategis (sesuai tabel 4.11, dimana responden menjawab kurang setuju sebesar 65% dan tidak setuju 12%)
- Tempat parkir kurang nyaman karena lingkungan toko yang terletak dipinggir jalan utama (sesuai tabel 4.12, dimana responden menjawab kurang setuju sebesar 65% dan tidak setuju 12%)
- Kapasitas parkir kurang memadai bagi konsumen (sesuai tabel 4.13, dimana responden menjawab kurang setuju sebesar 65% dan tidak setuju 12%)
- Penerangan dalam toko kurang baik (sesuai tabel 4.14, dimana responden menjawab kurang setuju sebesar 54% dan tidak setuju 18%)
- Pengaturan temperature udara dalam toko yang kurang sejuk (sesuai tabel 4.15, dimana responden menjawab kurang setuju sebesar 54% dan tidak setuju 18%)
- Jarak antar rak tidak cukup lebar (sesuai tabel 4.16, dimana responden menjawab kurang setuju sebesar 53% dan tidak setuju 19%)
- Barang yang ditawarkan kurang beragam (sesuai tabel 4.18, dimana responden menjawab kurang setuju sebesar 53% dan tidak setuju 18%)
- Proses pembayaran dilakukan kurang cepat (sesuai tabel 4.20, dimana responden menjawab kurang setuju sebesar 54% dan tidak setuju 18%)
- Keadaan ruangan toko kurang bersih (sesuai tabel 4.21, dimana responden menjawab kurang setuju sebesar 54% dan tidak setuju 18%)

- Pengelompokan barang tidak baik, sehingga menyulitkan konsumen untuk mencari barang (sesuai tabel 4.22, dimana responden menjawab kurang setuju sebesar 48% dan tidak setuju 19%)
 - Tata letak penyusunan rak kurang baik, sehingga dapat menghalangi lalu lintas dalam toko (sesuai tabel 4.23, dimana responden menjawab kurang setuju sebesar 53% dan tidak setuju 18%)
 - Suasana toko yang kurang menarik perhatian konsumen (sesuai tabel 4.26, dimana responden menjawab kurang setuju sebesar 53% dan tidak setuju 18%)
 - Suku cadang yang tidak lengkap, sehingga tidak menimbulkan adanya ketertarikan bagi konsumen untuk membeli (sesuai tabel 4.27, dimana responden menjawab kurang setuju sebesar 51% dan tidak setuju 21%)
- ✚ Faktor dari elemen-elemen atmosphere yang harus mendapat perhatian khusus bagi pihak pengelola Sumber Rejeki Motor, dikarenakan adanya responden yang menjawab sangat tidak setuju sehingga tidak berhubungan dengan minat beli bagi konsumen adalah :
- Papan nama toko kurang terlihat jelas (sesuai tabel 4.8, dimana responden menjawab kurang setuju 50%, tidak setuju 20% dan sangat tidak setuju 1%).
 - Kualitas Barang yang ditawarkan kurang baik (sesuai tabel 4.17, dimana responden menjawab kurang setuju 53%, tidak setuju 18% dan sangat tidak setuju 1%).

- Pegawai toko kurang memberikan pelayanan dengan baik dan ramah
Papan nama toko kurang terlihat jelas (sesuai tabel 4.19, dimana responden menjawab kurang setuju 53%, tidak setuju 18% dan sangat tidak setuju 1%).
- Barang-barang di rak sulit untuk dijangkau (sesuai tabel 4.24, dimana responden menjawab kurang setuju 53%, tidak setuju 18% dan sangat tidak setuju 1%).
- Informasi mengenai letak barang kurang jelas, sehingga menyulitkan konsumen mencari barang yang diinginkannya (sesuai tabel 4.25, dimana responden menjawab kurang setuju 53%, tidak setuju 18% dan sangat tidak setuju 1%).
- Kurang menyukai dan tidak merasa aman dengan atmosphere toko, sehingga tidak membangkitkan keinginan konsumen untuk membeli barang di toko tersebut (sesuai tabel 4.28, dimana responden menjawab kurang setuju 52%, tidak setuju 17% dan sangat tidak setuju 3%).
- Kurang berminat untuk membeli, dikarenakan kondisi atmosphere toko tersebut (sesuai tabel 4.29, dimana responden menjawab kurang setuju 42%, tidak setuju 22% dan sangat tidak setuju 2%).

5.2 Saran

Berdasarkan identifikasi masalah yang terkandung dalam penulisan skripsi ini, yaitu:

1. Bagaimana pelaksanaan atmosphere pada PD.Sumber Rejeki Motor.
2. Bagaimana penilaian konsumen terhadap pelaksanaan atmosphere pada PD.Sumber Rejeki Motor.
3. Seberapa kuat hubungan atmosphere terhadap minat beli konsumen pada PD.Sumber Rejeki Motor.

Dan melihat dari hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan sebelumnya maka penulis mencoba untuk memberikan beberapa saran untuk perbaikan yang dapat diharapkan bermamfaat bagi perusahaan.

Ada beberapa saran yang diajukan kepada perusahaan meliputi elemen-elemen atmosphere, yaitu:

Pertama, sebaiknya perusahaan harus menerapkan pelaksanaan elemen-elemen atmosphere, seperti Exterior(Bagian luar toko), Interior(Bagian dalam toko), Store Layout, dan Interior POP Display sehingga dapat membantu penguatan minat beli dipihak konsumen.

Kedua, berdasarkan penilaian konsumen terhadap pelaksanaan atmosphere yang sangat lemah, sebaiknya perusahaan memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga minat beli konsumen di PD. Sumber Rejeki Motor semakin tinggi.

Ketiga, dikarenakan pengaruh elemen-elemen etmosphere yang sangat lemah atau berpengaruh negatif terhadap minat beli di PD. Sumber Rejeki Motor, maka pihak

pengelola toko harus dapat memperhatikan dengan cara melakukan penelitian lebih lanjut dan mendesain ulang toko dengan menerapkan faktor-faktor atmosphere seperti, papan nama toko, pintu masuk, bangunan luar, lokasi yang strategis, kenyamanan dan kapasitas tempat parkir, penerangan, temperature, jarak antar rak, kualitas dan barang yang ditawarkan beragam, pembayaran, pegawai, keadaan ruangan, pengelompokan barang, tata letak rak, penjangkauan barang dan informasi letak barang. Dengan demikian maka PD. Sumber Rejeki Motor dapat menarik perhatian(attention), menimbulkan ketertarikan(interest), membangkitkan keinginan(desire) dan menggerakkan tindakan(action) sehingga mempengaruhi minat beli bagi konsumen.

Semua saran yang diberikan adalah mengacu pada hasil penelitian dimana input data yang diolah merupakan jawaban responden sebagai pihak yang langsung menjadi pengguna produk atau barang di PD. Sumber Rejeki Motor.