

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini akan menjelaskan mengenai simpulan dari penelitian dan saran yang diberikan atas penelitian pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Minat Beli Konsumen pada produk Zara.

5.1. Simpulan

Dari hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebanyak 100 responden yang merupakan pengunjung Zara di kalangan mahasiswa dan mahasiswi Universitas Kristen. Data diuji dengan menggunakan metode analisis validitas dan reliabilitas untuk menguji keakuratan dan konsistensi dari instrumen penelitian. Menggunakan analisis regresi sederhana untuk mencari pengaruh. Didalam menganalisis data yang ada peneliti menggunakan program *SPSS (Statistical Package for Social Science) IBM Statistics SPSS 21*.
2. Dapat dijelaskan bahwa hasil penelitian berdasarkan karakteristik responden menurut jenis kelamin jumlahnya adalah sebanyak 69 responden (69%), karakteristik responden berdasarkan usia didominasi yang berusia 18 - 20 tahun

jumlahnya adalah sebanyak 54 responden (54%), karakteristik responden berdasarkan pendapatan antara Rp 1.500.001 - Rp 2.000.000 jumlahnya adalah sebanyak 36 responden (36%), karakteristik responden berdasarkan fakultas adalah fakultas ekonomi jumlahnya sebanyak 32 responden (32%), karakteristik responden berdasarkan angkatan yang terbanyak adalah angkatan 2008 sebanyak 22 responden (22%), karakteristik responden berdasarkan jurusan yang terbanyak adalah pada jurusan manajemen sebanyak 22 responden (22%).

3. Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh *store atmosphere* secara simultan terhadap minat beli konsumen pada Zara memiliki pengaruh sebesar 40,9% saja sedangkan sisanya sebesar 59,1% dipengaruhi oleh faktor lain seperti Harga Produk, Promosi dan lain-lain. Jika dilihat dari pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen pada pengunjung Zara 40,9% Hal ini menandakan bahwa minat beli konsumen tidak hanya dinilai dari segi *store atmosphere* saja. Agar dapat meningkatkan minat beli konsumen harus dapat dinilai dari beberapa segi, yaitu seperti harga produk yang ditawarkan dapat disesuaikan dengan manfaat dan fungsinya, promosi dari produk yang baik dan dapat diterima oleh konsumen, kualitas produk yang ditingkatkan dan tempat atau lokasi untuk memperoleh produk yang mudah dan terjangkau.

5.2 **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti dapat memberikan ide atau masukan kepada peneliti selanjutnya agar dapat menciptakan dan menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi, yaitu :

1. Sebaiknya menambahkan beberapa variabel diluar store untuk dapat menguji dari minat beli konsumen.
2. Jumlah sampel yang diperbanyak dari sebelumnya agar dapat menghasilkan data yang lebih baik, akurat dan sesuai.
3. Sebaiknya dapat memperpanjang jangka waktu penelitian agar dapat melakukan penelitian langsung ke perusahaan yang akan diteliti. Sehingga menghasilkan hasil data yang lebih banyak dan akurat.