

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan, penelitian tentang pengaruh Instore dan Outstore (Store Atmosphere) terhadap minat beli konsumen *minimarket* Alfamart Surya Sumantri 50, Bandung, dapat diambil kesimpulan

1. Penelitian ini membuktikan bahwa Store Atmosphere mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen *mini market* Alfamart . Dari pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan, hipotesis awal (H0) diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Store Atmosphere memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen *mini market* Lawson Jalan Surya Sumantri.

2. Hasil uji Validitas menunjukkan bahwa indikator pertanyaan yang valid adalah OS 4, OS5, OS6, OS7, OS8, IS3, IS4, IS5, IS6, IS7, IS8, IS9, IS10, IS1, MB1, MB2, MB3, MB4

3. Hasil uji reliabilitas menunjukkan indikator Outstore Atmosphere (X1), Instore Atmosphere (X2) dan minat beli (Y) telah reliabel.

4. Hasil uji analisis data dengan regresi berganda menunjukkan bahwa Store Atmosphere Tidak mempunyai pengaruh mempunyai pengaruh terhadap minat beli. Dari hasil penelitian ini pada studi kasus *mini market* Alfamart, tidak berlaku bahwa Store atmosphere, memiliki pengaruh pada minat beli.

5.2 Saran dan Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka ada beberapa saran yang ingin penulis sampaikan :

- 1.) Suasana atau *Store Atmosphere* harus benar-benar menjadi yang terdepan, dengan cara penempatan konsep untuk suasana harus jelas dan benar-benar unik menjadi suatu diferensiasi dari lainnya mengingat di sekitar jalan Surya Sumantri banyak *minimarket* sejenis, seperti: Lawson, Indomaret, Circle. Sehingga dituntut lebih *update* dengan perkembangan konsep *store atmosphere*
- 2.) Model penelitian yang dipakai oleh peneliti termasuk model regresi berganda karena meneliti tiga variabel dengan dua variabel independen dan satu variabel dependen, yaitu *Outstore Atmosphere* dan *Instore Atmosphere* sebagai variabel independen sedangkan minat beli sebagai variabel dependen. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan model yang berbeda dengan menambahkan variabel independen, dependen.

5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Dalam penelitian ini masih banyak terdapat kelemahan dan kekurangan yakni pengambilan populasi yang hanya di lingkungan Universitas Kristen Maranatha yakni dengan mengambil sample mahasiswa/i, alangkah lebih baiknya apabila populasi yang dari kalangan umum, seperti masyarakat sekitar, yang tentu saja, akan memberikan hasil yang berbeda dalam penelitian ini, serta dari pemilihan objek penelitian yang hanya meneliti satu cabang *mini market* Alfamart Surya Sumantri,

50 saja, padahal di sisi lain mungkin saja Alfamart cabang lain memiliki pengaruh antara *Instore* dan *Outstore* terhadap minat beli yang berbeda tentunya.