

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Lokasi mempengaruhi minat beli konsumen secara signifikan dan positif pada Unkl 347 Distro Bandung.
2. Suasana toko (*Store Atmosphere*) mempengaruhi minat beli konsumen secara signifikan dan positif pada Unkl 347 Distro Bandung.
3. Secara bersama-sama lokasi dan suasana toko berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Unkl 347 Distro Bandung. Hal ini mengindikasikan bahwa minat beli konsumen pada Unkl 347 Distro Bandung ditentukan lokasi dan suasana toko, dimana jika semakin bagus / baik lokasi dan suasana toko maka semakin meningkat pula minat beli konsumen atau sebaliknya.
4. Pada penelitian ini ternyata suasana toko yang merupakan variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap minat beli konsumen pada Unkl 347 Distro Bandung, kemudian selanjutnya dipengaruhi oleh lokasi. Keadaan ini dapat dibuktikan berdasarkan nilai *standardized* koefisien regresi yang terlihat pada tabel XX.
5. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh 31,8% Minat Beli Konsumen Pada Unkl 347 Distro Bandung yang dapat dijelaskan oleh variabel suasana toko

dan lokasi sedangkan sisanya sebesar 68,2% dijelaskan oleh Variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Implikasi Penelitian

Dari hasil penelitian yang diperoleh memberikan indikasi bahwasanya faktor lokasi dan suasana toko berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen untuk berbelanja di Unkl 347 Distro Bandung. Oleh karena itu diharapkan Unkl 347 Distro Bandung dapat mempertahankan lokasi yang strategis dan meningkatkan suasana toko yang sesuai dengan selera konsumen agar dapat meningkatkan minat beli konsumen untuk berbelanja di Unkl 347 Distro Bandung.

Cara toko menciptakan suasana toko yang baik dan sesuai selera konsumen dapat berpengaruh terhadap penjualannya. Pajangan-pajangan yang menarik, aroma toko dan musik yang nyaman, pencahayaan yang tepat serta tata ruang yang baik dapat merangsang pengunjung untuk melakukan pembelian sehingga dapat meningkatkan *volume* penjualan. Walaupun suasana toko pada penelitian ini berpengaruh dominan, tetapi meningkatkan pelanggan tidak cukup hanya dengan penerapan suasana toko yang menarik dan sesuai dengan selera konsumen. Melainkan dengan meningkatkan lokasi usaha yang strategis dan dekat dengan pasar potensial.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yang apabila diatasi pada penelitian selanjutnya, dapat memperbaiki hasil penelitian. Yaitu:

- Generalisasi hasil penelitian terbatas.

- Jumlah sampel yang terbilang kurang banyak
- Variabel yang diteliti tidak mencapai lebih dari 50% faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen

5.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

- Diharapkan *scope* penelitian diperluas yang juga akan menambah jumlah sampel.
- Dapat dilakukan penambahan variabel yang terkait dengan proses minat beli konsumen, karena variabel bebas dalam penelitian ini hanya lokasi dan suasana toko. Penelitian yang akan datang diharap menguji variabel-variabel lain yang mungkin mempengaruhi minat beli konsumen