

BAB IV

KESIMPULAN AKHIR, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dalam penelitian mengenai pengaruh *Good Designs* dan *Aesthetic Pleasure* desain toko terhadap *Approach Behaviour* pada Divérs Collective” maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Berdasarkan Uji Simultan (Uji F), diketahui bahwa dari hasil penelitian membuktikan seluruh Variabel Independen yaitu *Good Designs* (X_1) dan *Aesthetic Pleasure* (X_2) secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap Variabel Dependen yaitu *Approach Behavior* (Y).
2. Berdasarkan Uji T, dapat diketahui bahwa Variabel *Good Designs* (X_1) memiliki pengaruh positif terhadap *Approach Behavior* (Y). Jika terjadi peningkatan dalam *Good Designs* (X_1), maka akan meningkat juga *Approach Behavior* (Y). Faktor yang mempengaruhi *Approach Behavior* (Y) dan merupakan keunggulan dari *Good Designs* (X_1) adalah desain dari toko Divérs Collective memiliki perubahan inovatif dibandingkan dengan toko fashion lainnya. Indikator tersebut memperoleh penilaian “Sangat Setuju” tertinggi dalam variabel *Good Designs* (X_1). Dengan begitu dapat ditarik kesimpulan bahwa Divérs Collective merupakan salah satu Consignment Store yang dapat memenuhi kepuasan konsumen ketika berkunjung dengan desainnya yang memiliki perubahan inovatif dibanding toko lainnya.

3. Berdasarkan Uji T, dapat diketahui bahwa variabel *Aesthetic Pleasure* (X_2) memiliki pengaruh positif dan terhadap *Approach Behavior* (Y). Jika terjadi peningkatan dalam *Aesthetic Pleasure* (X_2), maka akan meningkat juga *Approach Behavior* (Y). Faktor yang mempengaruhi *Approach Behavior* (Y) dan merupakan keunggulan dari *Aesthetic Pleasure* (X_2) adalah Divérs Collective adalah toko yang *stylish*. Indikator tersebut memperoleh penilaian “Sangat Setuju” tertinggi dalam variabel *Aesthetic Pleasure* (X_2). Dengan begitu dapat ditarik kesimpulan bahwa Divérs Collective merupakan salah satu Consignment Store yang dapat memenuhi kepuasan konsumen ketika berkunjung dengan desainnya yang *stylish* atau penuh gaya.

4.2. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan, maka saran dan rekomendasi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Toko Divérs Collective
 - a. Berdasarkan variabel *Good Designs* (X_1), perusahaan perlu memperhatikan indikator terendah yaitu desain dari toko Divérs Collective mirip dengan Toko Fashion lainnya. Direkomendasikan kepada Divérs Collective untuk membuat ciri khas tersendiri yang dapat membedakan desain toko Divérs Collective dengan desain toko lainnya dengan mempertimbangkan aspek warna toko, tata letak *display*, penataan, dan karakter dari Divérs Collective sehingga mampu bersaing dan lebih unggul dibandingkan dengan toko fashion lainnya.

Hal tersebut dikarenakan variabel *Good Designs* (X_1) memiliki pengaruh terhadap *Approach Behavior* (Y).

- b. Berdasarkan variabel *Aesthetic Pleasure* (X_2), perusahaan perlu memperhatikan indikator terendah yaitu desain dari toko *Divérs Collective* membantu saya mengalami waktu yang menyenangkan ketika saya mengunjungi toko ini. Direkomendasikan kepada *Divérs Collective* untuk meningkatkan desain toko agar menjadi lebih menarik dengan membuat dekorasi yang tidak monoton atau merubah dekorasi seperti tata letak dan elemen-elemen dalam *Divérs Collective* setiap tiga bulan sekali sehingga memberikan warna atau suasana yang baru dan menyenangkan bagi pengunjung.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Disarankan untuk memperhatikan alat ukur yang digunakan dalam penelitian seperti pertanyaan atau indikator dalam kuisisioner agar dapat lebih dipahami oleh responden.
- b. Disarankan jumlah variabel yang diteliti selanjutnya dapat ditambahkan dalam penelitian untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat dan luas mengenai faktor apa saja yang dapat mempengaruhi *Approach Behavior*.
- c. Disarankan untuk mencari objek lain selain industri retail atau fashion agar penelitian menjadi lebih bermanfaat terhadap peneliti dan objek yang sedang diteliti

DAFTAR PUSTAKA

- Blijlevens, J., Hekkert, P., & Thurgood, C. (2017). The Aesthetic Pleasure in Design Scale: The Development of a Scale to Measure Aesthetic Pleasure for Designed Artifacts.
- Braga, M. (2016). The Value of Design : An Issue of Vision, Creativity and Interpretation. *2016 Design Research Society 50th Anniversary Conference*.
- Ceballos, L. M., Hodges, N., & Watchravesringkan, K. (2017). THE EFFECTS OF TYPICALITY AND NOVELTY OF AESTHETIC PREFERENCE: AN INVESTIGATION OF THE MAYA PRINCIPLE. *International Textile and Apparel Association (ITAA) Annual Conference Proceedings*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition*. Deepublish.
- Handayani, S. (2018). ANALISIS POTENSI HASIL PENJUALAN TERHADAP KELANCARAN PEMBAYARAN BARANG KONSINYASI PADA TOKO PAKAIANPD. PASAR TINGKAT LAMONGAN.
- Hertenstein, J. H., Platt, M. B., & Veryzer, R. W. (2013). What Is “Good Design”? : An Investigatin of the Complexity and Structure of Design.
- Krpan, D., & Fasolo, B. (2019). Revisiting Embodied Approach and Avoidance Effects on Behavior: The Influence of Sitting Posture on Purchases of Rewarding Foods. *Journal of Experimental Social Psychology*, 3.
- Murray, J., Teller, C., & Elms, J. (2019). Examining Store Atmosphere Appraisals Using Parallel Approaches From the Aesthetics Literature. *Journal of Marketing Management*.
- Olahut, M. R., El-Murad, J., & Ioan, P. (2012). Store Atmosphere: Conceptual Issues and It’s Impact on Shopping Behavior.

- Saifudin, Rahmawati, N., & Rizkiana, C. (2019). THE IMPLEMENTATION OF CONSIGNMENT SALES ON GOLDEN VOICE ONLINE STORE SEMARANG.
- Skavronskaya, L., Moyle, B., & Scott, N. (2020). The Experience of Novelty and the Novelty of Experience.
- Sugiyono. (2022). Dalam *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (hal. 2-334). Bandung: Alfabeta.
- Thurgood, C., Hekkert, P., & Blijlevens, J. (2014). The Joint Effect of Typicality and Novelty on Aesthetic Pleasure for Product Designs: Influences of Safety and Risk.
- Wicaksono, A. (2022). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Garudhawaca.
- Zhengqiang, Z. (2020). *E3S Web of Conferences*.