

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari konsumen yang pernah berbelanja di Toko Sembilan dan Toko Genius, responden terbagi menjadi 84 orang pria (42%) dan 116 orang wanita (58%). Mayoritas para pembeli berusia 17 – 25 tahun dan mayoritas dari para responden adalah pelajar yang sebagian besar pendapatannya di bawah Rp1.000.000 per bulan.

Hasil dari analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Store Location* dan *Store Atmosphere* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli konsumen pada kedua toko, yakni Toko Sembilan dan Toko Genius di Sukabumi.

6.2 Saran

Berdasarkan tanggapan responden atas variabel-variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini kepada Toko Sembilan dan Toko Genius, maka penulis ingin memberikan saran kepada kedua toko agar minat beli konsumennya meningkat.

6.2.1 Saran untuk Toko Sembilan

- Menyediakan lahan parkir yang aman bagi para pembeli yang datang menggunakan kendaraan bermotor.
- Membuat akses keluar dan masuk pelanggan ke dalam toko menjadi lebih mudah. Maka dari itu, penulis menyarankan agar pintu keluar dan masuk Toko Sembilan dibuat lebih lebar agar mempermudah arus keluar dan masuk pembeli.
- Memperbaharui desain toko menjadi lebih menarik, contohnya dengan mengikuti desain yang lebih *modern* seperti Gramedia dan sejenisnya.
- Menambah pencahayaan di dalam toko dan menyediakan pewangi ruangan agar aroma toko lebih disukai pelanggan.

- Pemilik perlu melatih para karyawan agar bersikap lebih ramah dan cepat tanggap kepada para pembeli.
- Menggunakan tema ruangan ketika ada perayaan hari besar, seperti Natal, Lebaran, Imlek, dan lainnya. Pemilik dapat mendekorasi ruangan dengan aksesoris-aksesoris terkait hari raya tersebut, contohnya ketika Natal maka pemilik dapat memajang pohon cemara untuk dekorasi toko.
- Mengganti warna tembok menjadi lebih menarik dan cerah, atau mengecat ulang tembok yang warnanya telah kusam.

6.2.2 Saran untuk Toko Genius

- Mempertahankan sikap karyawan yang ramah dan cepat tanggap kepada para pembeli, lalu mengadakan evaluasi secara berkala agar kinerja karyawan dapat terus terkendali.
- Menambah pencahayaan di dalam toko dan menyediakan pewangi ruangan agar aroma toko lebih disukai pelanggan.
- Menggunakan tema ruangan ketika ada perayaan hari besar, seperti Natal, Lebaran, Imlek, dan lainnya. Pemilik dapat mendekorasi ruangan dengan aksesoris-aksesoris terkait hari raya tersebut, contohnya ketika Natal maka pemilik dapat memajang pohon cemara untuk dekorasi toko.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2005). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Berman, Barry, and Evans, Joel R. (2004). *Retail Management: A Strategic Approach*. Ninth Edition. New Jersey: Pearson Education International
- Berman, Barry, and Evans, Joel R. (2010). *Retail Management: A Strategic Approach*. Tenth Edition, Prentice Hall International, Inc.
- Blackwell, Roger D., Engel, James F., and Miniard, Paul W. (2005). *Consumer Behavior* (10th Ed). Thompson Learning.
- Buchari, Alma. (2007). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Cooper, W. (1981). *Ubiquitous Halo*. Psychological Bulletin, 90, 218-224.
- Esch, F.R., Langner, T. Schmitt, B.H. and Geys, P. (2006). “*Are brands forever? How brands knowledge and relationships affect current and future purchases*”, Journal of Product and Brand Management, 15, 2, 98, 105.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Harun Al Rasyid. (1993). *Teknik Sampling dan Penskalaan*. Jurusan Statistika Universitas Padjadjaran, Bandung.
- Hidayat, Gilang Khusuma. (2014). *Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Distro “Dryshirt” Bandung*. Universitas Islam Bandung.
- Hussain, Riaz, and Ali Mazhar. (2015). “*Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention*”. International Journal of Marketing Studies; Vol 7, No. 2.

- Jaravaza, Divaries Cosmas & Chitando, Patience. (2013). *The Role of Store Location in Influencing Customers' Store Choice*. Scholarlink Research Institute Journals.
- Julianti, Ni Luh, Nudidja, Made., & Meitriana, Made Ary. (2014). *Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai di Kecamatan Nusa Penida*. Vol 4, No. 1.
- Kisah Para Pramusaji Maid dan Butler Café*, www.antaranews.com. Diakses pada 16 November 2017.
- Kotler, Philip. (2013) *Marketing Management (13th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Gary, Armstrong. (2004). *Marketing An Introduction*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lamb, Charles W., Hair, Joseph F., and Mc Daniel, Carl. (2001). *Pemasaran Buku Satu, Edisi Pertama*. Jakarta. Salemba Empat.
- Levy, Michael and Barlton Weitz. (2008). *Retailing Management*. International Edition. New York: McGraw-Hill.
- Meldarianda, Resti & Henky, Lisan S. (2010). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen pada Resort Café Atmosphere Bandung*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi. Vol 17, No. 2, Hal 97-108.
- Peluang Bisnis Alat Tulis Kantor*. www.bisnisukm.com. Diakses pada 2 Desember 2017.
- Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. www.finance.detik.com. Diakses pada 16 November 2017.
- Priyatno, D. (2014). *Analisis Korelasi Regresi dan Multivariate Dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Schiffman, Leon G, and Leslin Lazar Kanuk. (2000). *Customer Behavior*. USA: Prentice Hall Inc.

- Sekaran, Uma. (2006) *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis (4th ed. Vol 2)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Silalahi, Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Cetakan Ketiga. Bandung: Refika Aditama.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofian. (1995). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Singgih, Santoso. (2002). *Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Soekresno. (2000). *Manajemen Food & Beverage Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Strategi Memilih Lokasi Usaha*. www.bisnisukm.com. Diakses pada tanggal 2 Desember 2017.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syarifudin Hidayat, Sedarmayanti. (2011) *Metodologi Penulisan*. Bandung: CV: Mandar Maju.
- Zuliani, Siti. (2005). *Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Berbelanja di Mini Market Sarinah Swalayan Ngaliyan Semarang*. Jurusan Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.