

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab IV mengenai pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi dan *Brand Image* terhadap minat beli konsumen, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Store Atmosphere*, Lokasi, *Brand Image* dan minat beli pada Toko Royal Surf Pangkalpinang termasuk kedalam kategori tinggi, hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata yang dihasilkan *Store Atmosphere* sebesar 4,00, variabel Lokasi sebesar 4,00, *Brand Image* sebesar 4,00 dan variabel minat beli sebesar 4,00.
2. *Store Atmosphere* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini berarti bahwa *Store Atmosphere* mempunyai peranan dalam menunjang peningkatan minat beli konsumen pada Toko Royal Surf Pangkalpinang.
3. Lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini berarti bahwa variabel Lokasi mempunyai peranan yang penting dalam menunjang peningkatan minat beli konsumen pada Toko Royal Surf Pangkalpinang.
4. *Brand Image* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini berarti bahwa variabel *Brand Image* mempunyai peranan yang penting dalam menunjang peningkatan minat beli konsumen pada Toko Royal Surf Pangkalpinang.

5. Pengujian secara bersama-sama menunjukkan bahwa *Store Atmosphere*, Lokasi dan *Brand Image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Toko Royal Surf Pangkalpinang.

## 5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang diperoleh dari penelitian ini, penulis perlu menuliskan beberapa saran berkenaan dengan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Kepada produsen atau pemilik toko hendaknya selalu melakukan peningkatan kenyamanan terhadap konsumen/pengunjung dengan sebaik mungkin. Selain itu juga produsen atau pemilik toko harus memperhatikan dan meningkatkan *store atmosphere* atau suasana toko terutama seperti suhu ruangan, pemajangan produk dan memperhatikan dekorasi pemikat toko dan sebagainya agar dapat memberikan kenyamanan dan dapat menarik perhatian konsumen untuk berbelanja.
2. Kepada pihak konsumen hendaknya selalu memperhatikan suasana toko saat berbelanja. Selain itu juga konsumen harus lebih memilih tempat yang nyaman dan bersih supaya dapat memberikan kepuasan pada saat berbelanja.
3. Bagi penelitian selanjutnya, hendaknya instrumen penelitian bisa lebih diperdalam dan dikembangkan lagi sehingga kemampuan mengukurnya semakin baik. Selain itu penelitian selanjutnya bisa ditambahkan beberapa variabel baru seperti *store characteristics* dan *store emotional experiences*.