

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang didapatkan setelah diolah kembali, maka hasil penelitian tentang pengaruh *store atmopsher*, lokasi, dan keragaman produk terhadap minat beli konsumen pada M.Lusy Pangkalpinang, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan jawaban responden pada setiap pertanyaan indikator. *store atmosphere*, lokasi, keragaman produk, dan minat beli konsumen termasuk ke dalam skala tinggi, hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata yang dihasilkan *store atmosphere* sebesar 4,13, lokasi sebesar 4,05 keragaman produk sebesar 4,10, dan minat beli sebesar 4,07
- b. *Store atmopshere* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen M.Lusy Pangkalpinang. Hal ini dapat di simpulkan bahwa *store atmosphere* mempunyai peranan yang penting dalam menunjang minat beli konsumen toko M.Lusy Pangkalpinang.
- c. Lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada M.Lusy Pangkalpinang. Sehingga dapat di katakan bahwa variabel lokasi merupakan faktor penting dalam meningkatkan minat beli konsumen M.Lusy Pangkalpinang.
- d. Keragaman produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada M.Lusy Pangkalpinang. Hal ini dapat di simpulkan bahwa variabel keragaman produk mempunyai pengaruh

dalam meningkatkan minat beli dan volume penjualan M.Lusy Pangkalpinang.

- e. Pengujian secara bersama-sama antara variabel *store atmosphere*, lokasi, dan keragaman produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen M.Lusy Pangkalpinang

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dari hasil penelitian, maka ada beberapa saran yang penulis berikan agar dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan, yaitu antara lain:

1. Saran untuk Penelitian Lanjutan

Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan objek penelitian yang berbeda serta dengan item pertanyaan pada kuesioner yang berbeda dengan pertanyaan kuesioner penelitian lainnya. Bagi peneliti selanjutnya dapat dimanfaatkan sebagai bahan rujukan dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan *store atmosphere*, lokasi dan keragaman produk dan minat beli.

2. Saran yang ditujukan untuk M.Lusy di Pangkalpinang

- a. Faktor *store atmosphere* merupakan variabel yang menghasilkan keterlibatan yang tinggi dan selalu menjadi faktor penting dalam proses dalam konteks setiap pembelian konsumen, maka dari itu M.Lusy harus dapat selalu memberi suasana toko yang aman dan nyaman. Karena konsumen selalu mempertimbangkan aspek kenyamanan mereka ketika berada dalam sebuah toko retail.

- b. M.Lusy harus memperhatikan segi kenyamanan dari lingkungan sekitar toko M.Lusy agar konsumen merasa lebih mudah dan merasa aman apabila berkunjung ke toko mereka.
- c. Faktor keragaman produk juga menjadi daya tarik tersendiri bagi M.Lusy untuk itu M.Lusy harus tetap konsisten dan ketersediaan serta kualitas produk dari produk yang mereka tawarkan agar konsumen lebih leluasa memilih produk dan merasa lebih di utamakan.
- d. M.Lusy harus tetap memberikan pelayanan yang terbaik guna untuk meningkatkan minat beli konsumen terhadap toko M.Lusy karena dengan adanya minat beli yang tinggi bisa terciptanya peningkatan penjualan dan emenjadi toko retail yang terus di ingat di hati masyarakat.