

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *location*, *visual merchandising* dan *store atmosphere* Batik Tanah Liek di Sawahan Kota Padang. Penelitian dilakukan dengan melakukan penyebaran kuisioner kepada 140 orang masyarakat kota Padang yang pernah mengunjungi galeri Batik Tanah Liek yang beralamat di Jl. Sawahan Dalam, No.33, Padang. Penelitian ini diolah menggunakan SPSS 16.0.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan , maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Lokasi (*location*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (*purchase intention*) produk Batik Tanah Liek di Padang.
2. *Visual Merchandising* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (*purchase intention*) produk Batik Tanah Liek di Padang.
3. *Store Atmosphere* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (*purchase intention*) produk Batik Tanah Liek di Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa variabel independen yang terdiri dari *location*, *visual merchandising* dan *store atmosphere* mempunyai

implikasi tersendiri bagi konsumen dalam niat pembelian namun secara keseluruhan konsumen Batik Tanah Liek setuju dengan pernyataan dan indikator yang dipaparkan pada penelitian ini.

Adapun implikasi yang dapat dikembangkan oleh Batik Tanah Liek antara lain:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah di dapat jika dilihat dari aspek lokasi (*location*), agar Batik Tanah Liek dapat meningkatkan lagi dari segi kenyamanan, keindahan, akses jalan yang baik dan lokasi parkir yang luas, hal ini berdasarkan penilaian responden menyatakan masih cukup strategis. Dari lokasi yang strategis akan membuat pengunjung tidak enggan untuk berkunjung ke Batik Tanah Liek dan menumbuhkan minat beli produk batik tersebut. Selain itu plang (papan merek) Batik Tanah Liek agar segera diganti yang lebih baru karena sudah kusam dan tidak menarik lagi.
2. Dilihat dari dari aspek *visual merchandising*, Batik Tanah Liek agar dapat menata ulang atau memperbaiki tampilan produk-produk yang dijual seperti menambah patung (*mannequin*), menambah kursi untuk pengunjung, membersihkan kaca etalase yang sudah kusam, untuk produk-produk yang sedang diskon agar diberi tanda sehingga mudah terlihat oleh pengunjung agar dapat menarik perhatian konsumen dan dapat menimbulkan minat beli produk Batik Tanah Liek.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapat jika dilihat dari dari aspek *store atmosphere*, Batik Tanah Liek memiliki nilai yang hampir merata pada distribusi frekuensinya. Namun, komposisi warna yang

ada pada Batik Tanah Liek masih terbilang rendah. Hal ini menunjukkan komposisi warna yang ada di Batik Tanah Liek sebagian besar berwarna gelap karena sesuai dengan ciri khas warna batik tersebut. Untuk produk-produk tertentu selain Batik Tanah Liek yaitu seperti Batik Cap, Batik *Printing*, Batik Tulis bisa diberi warna-warna yang menarik yang sedang trend saat ini. Untuk warna dinding toko Batik Tanah Liek agar diperbaharui pemakaian warna dinding tokonya dengan warna yang menarik dan berwarna cerah. Selain itu agar Batik Tanah Liek konsisten dengan memutarakan musik atau instrumen tradisional khas Sumatera Barat yang ada di galeri. Hal ini akan membuat pengunjung nyaman berada di galeri.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari hasil penelitian ini masih sangat jauh dari kesempurnaan dan memiliki keterbatasan-keterbatasan yang akan mempengaruhi hasil yang digunakan, oleh karena itu keterbatasan ini diharapkan lebih diperhatikan untuk peneliti-peneliti yang akan datang, dimana kelemahan-kelemahan yang peneliti temui antara lain:

1. Lokasi penelitian hanya dilakukan di Kota Padang, diharapkan penelitian selanjutnya dapat menjangkau daerah yang lebih besar sehingga dapat memberikan dampak yang lebih luas juga.
2. Penelitian ini hanya mempertimbangkan pengaruh variabel *location*, *visual merchandising* dan *store atmosphere* terhadap *purchase*

intention. Sedangkan masih terdapat variabel-variabel lain yang terkait dengan minat beli yang tidak diteliti pada penelitian ini.

5.4 Saran

Berdasarkan implikasi dan keterbatasan penelitian yang telah disampaikan, maka peneliti mempunyai beberapa saran:

1. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan bisa memperluas cakupan wilayah untuk responden (skala provinsi Sumatera Barat) untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat.
2. Penelitian yang akan datang diharapkan untuk dapat menambahkan beberapa variabel yang turut mempengaruhi *purchase intention* seperti kualitas produk, diferensiasi produk, dan lainnya.

