

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini didasari atas penelitian terdahulu tentang pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan kuisioner yang disebarluaskan kepada 170 responden yang berkunjung ke Ramayana Payakumbuh. Data pada penelitian ini diolah menggunakan *SPSS 20 for windows*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kebersihan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Ramayana Payakumbuh
2. Variabel musik berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Ramayana Payakumbuh
3. Variabel aroma berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Ramayana Payakumbuh
4. Variabel suhu tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Ramayana Payakumbuh
5. Variabel Pencahayaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Ramayana Payakumbuh
6. Variabel warna tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Ramayana Payakumbuh
7. Variabel tampilan berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Ramayana Payakumbuh



Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang tidak signifikan, yang artinya bahwa variabel tersebut memberikan pengaruh, namun angka pengaruhnya kecil atau dibawah rata-rata. Variabel yang tidak signifikan yaitu variabel kebersihan, suhu, dan warna, hal ini disebabkan karena variabel tersebut bukan merupakan variabel yang sangat berpengaruh atau tidak cukup mempengaruhi dalam proses penciptaan minat beli oleh konsumen karena variabel lain yaitu musik, aroma, pencahayaan, dan tampilan yang lebih mempengaruhi.

Berdasarkan fakta pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa konsumen lebih mementingkan kenyamanan saat berada di Ramayana Payakumbuh, itu dapat dilihat variabel – variabel yang signifikan membuat konsumen Ramayana Payakumbuh nyaman untuk berada di Ramayana Payakumbuh. Musik yang sedang hits diputar dengan volume yang cukup membuat konsumen nyaman saat berbelanja, aroma yang enak membuat konsumen betah, pencahayaan yang tajam membuat konsumen dapat melihat dengan jelas, dan tampilan yang baik membuat konsumen puas.

5.2 Implikasi Penelitian

Pada penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting terutama bagi Ramayana Payakumbuh. Dimana Ramayana Payakumbuh harus berkonsentrasi pada upaya untuk penciptaan suasana toko sebagai alat komunikasi pemasaran terhadap konsumen, dengan menciptakan ketertarikan, kemudahan dan rasa nyaman kepada konsumen saat berbelanja agar dapat meningkatkan penjualan dan juga citra toko. Penciptaan suasana toko melalui kebersihan, suhu, dan warna harus tetap dikelola dengan baik bahkan ditingkatkan, karena ketiga faktor tersebut

juga mempunyai pengaruh yang cukup kuat dalam mempengaruhi proses penciptaan keputusan pembelian oleh konsumen.

- a. Pada dimensi kebersihan, Ramayana Payakumbuh bisa tetap mempertahankan apa yang sudah ada karena konsumen tidak terlalu memikirkan kebersihan Ramayana Payakumbuh. Kebersihan merupakan hal yang penting dan wajib menjadi perhatian toko sehingga konsumen tidak memikirkan dan memilih kebersihan dalam menarik minat beli konsumen sehingga dimensi kebersihan tidak signifikan mempengaruhi minat beli konsumen.
- b. Pada dimensi musik, penciptaan suasana toko oleh Ramayana Payakumbuh masih bisa mempertahankannya, memutar musik yang sedang hits dengan volume cukup menciptakan suasana santai saat belanja dan memotivasi untuk membeli lebih banyak karena konsumen merasa nyaman dengan alunan musik tersebut.
- c. Pada dimensi aroma, Ramayana Payakumbuh bisa lebih meningkatkan kenyamanan konsumen dengan memberikan wangi – wangian yang lebih enak oleh hidung konsumen. Pergantian aroma terapi setiap harinya dapat mendorong konsumen lebih lama di Ramayana Payakumbuh.
- d. Pada dimensi suhu, penciptaan suasana toko lebih harus ditingkatkan pada dimensi suhu ini. Dengan hasil yang tidak signifikan ini berarti suhu tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen karena ada beberapa faktor seperti pengaturan yang suhu tidak baik oleh Ramayana Payakumbuh. Untuk itu pihak Ramayana agar lebih bisa mengatur suhu ramayana payakumbuh agar konsumen nyaman dan mempengaruhi minat



belinya di Ramayana Payakumbuh. Hal itu bisa menjawab keluhan konsumen yang merasa kepanasan apabila pengunjung di Ramayana Payakumbuh cukup ramai.

- e. Pada dimensi pencahayaan, penciptaan suasana toko dapat diterapkan oleh Ramayana Payakumbuh dengan cara meningkatkan pencahayaan sehingga konsumen dapat dengan jelas melihat Ramayana Payakumbuh seutuhnya. Pencahayaan yang jelas dan menyejukkan mata membuat konsumen nyaman, sehingga konsumen mau berlama – lama di Ramayana Payakumbuh sehingga akan menimbulkan minat beli dari konsumen tersebut.
- f. Pada dimensi warna, Ramayana Payakumbuh masih tetap bisa mempertahankan yang ada karena konsumen merasa warna Ramayana Payakumbuh baik – baik saja dan bukan menjadi hal utama dalam menarik minat beli sehingga warna pada Ramayana Payakumbuh tidak signifikan mempengaruhi minat beli konsumen.
- g. Pada dimensi tampilan, Ramayana Payakumbuh masih bisa tetap menerapkan sistem tampilan yang sudah ada karena tanggapan positif dari konsumen bahwa tampilan Ramayana Payakumbuh baik dan jelas. Dan juga ada perubahan tampilan dalam kurun waktu tertentu membuat konsumen merasa tertarik melihat ramayana payakumbuh karena tampilan baru meskipun di awal konsumen merasa sedikit bingung.



5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan dan kelemahan yang ada. Keterbatasan dan kelemahan pada penelitian ini dapat menjadi sumber untuk memperbaiki penelitian di masa yang akan datang. Adapun keterbatasan dan kelemahan pada penelitian ini adalah:

1. Jumlah responden yang peneliti ambil hanya dalam skala kecil yaitu sebanyak 170 responden, yaitu masyarakat umum yang telah berkunjung ke Ramayana Payakumbuh.
2. Penelitian ini hanya menggunakan satu obyek penelitian yaitu Ramayana Payakumbuh. Maka hasil penelitian ini hanya dapat diterapkan pada Ramayana Payakumbuh, sehingga hasilnya tidak dapat dibandingkan dengan retail lainnya

5.4 Saran

Hasil dari penelitian ini dan keterbatasan-keterbatasan yang ditemukan agar dapat dijadikan sumber ide dan masukan bagi perkembangan penelitian dimasa yang akan datang. Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka perluasan yang di sarankan dari penelitian ini antara lain adalah:

1. Bagi perusahaan
 - Dengan adanya pengelolaan yang cukup baik dalam penciptaan suasana toko pada Ramayana Payakumbuh dalam penelitian ini, dapat dijadikan sebagai alat komunikasi pemasaran kepada konsumen. Dengan memberikan daya tarik, kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja akan membuat

konsumen betah berlama-lama di dalam toko, dapat meningkatkan penjualan dan juga citra toko

- Pada penelitian ini dinyatakan bahwa kebersihan, suhu, dan warna tidak signifikan mempengaruhi terhadap minat beli konsumen, maka diharapkan pada Ramayana Payakumbuh. Hal itu dapat menjadi bahan bagi Ramayana Payakumbuh untuk tetap bisa mempertahankan atau meningkatkan apa yang telah dilakukan terhadap variabel kebersihan, suhu dan warna tersebut.
- Pada musik, pihak Ramayana Payakumbuh bisa memutar musik yang sedang hits pada saat itu dengan volume musik yang sesuai dengan telinga konsumen sehingga konsumen merasa nyaman di Ramayana Payakumbuh. Mengatur pembagian jenis musik yang diputar pada saat tertentu dapat menjadi pertimbangan untuk meningkatkan kenyamanan konsumen dan suasana baru setiap berada di toko dalam mendengarkan musik yang diputar oleh Ramayana Payakumbuh.
- Aroma yang telah ada di Ramayana Payakumbuh bisa lebih ditingkatkan dengan memberikan aroma terapi di setiap sudut Ramayana Payakumbuh agar aroma yang dihasilkan lebih dapat dinikmati oleh konsumen. Aroma terapi yang diberikan dapat mempengaruhi rasa nyaman dan ketenangan konsumen dalam berbelanja.
- Pencahayaan Ramayana Payakumbuh yang cukup baik dapat ditingkatkan dengan memberikan dan mengelompokkan pencahayaan sesuai dengan barang yang dijual. Pencahayaan yang terang dan jelas dalam gerai kebutuhan harian mempermudah konsumen dalam melihat produk yang



akan dibeli, sedangkan pencahayaan yang tidak terlalu terang pada gerai pakaian dapat menjadikan pakaian terlihat lebih baik.

- Tampilan yang sudah ada dapat dikembangkan dengan mengatur ulang rak – rak toko dalam jangka waktu tertentu. Pengaturan rak – rak yang baik dapat membuat konsumen dengan mudah mendapatkan produk yang dibutuhkan sehingga konsumen betah dan lebih memperhatikan produk yang akan dibeli. Pemberian papan informasi baik harga dan keterangan lainnya pada rak – rak toko dan lingkungan toko dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan konsumen karena mendapatkan informasi yang jelas.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat menggunakan lebih dari satu obyek penelitian, misalnya dengan membandingkan dengan *retail yang* lain. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menambah variabel bebas seperti variabel *exterior* karena *exterior* juga mampu mempengaruhi minat beli konsumen. *Exterior* yang menarik membuat konsumen tertarik untuk berkunjung.

