

## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang persepsi *store atmosphere* yang mempengaruhi minat beli konsumen untuk berbelanja di *Giant Hypermarket* Margorejo Surabaya, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi *store atmosphere* memiliki Hubungan yang positif terhadap minat konsumen untuk berbelanja. Hal ini berdasarkan pengujian korelasi *Kendal Tau* memperoleh 0.359 dengan signifikasni 0,000. Karena signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak, berarti  $H_a$  diterima. Artinya ada hubungan yang signifikan antara persepsi store atmosphere terhadap minat beli konsumen pada *Giant Hypermarket*. Dengan kata lain persepsi *store atmosphere* dapat dijadikan sebagai salah satu alat pemasaran untuk menarik konsumen agar datang dan mengunjungi *Giant Hypermarket* Margorejo Surabaya.

#### B. SARAN

Peneliti memberikan saran untuk peneliti selanjutnya, antara lain :

1. Saran untuk *Giant Hypermarket* Margorejo Surabaya
  - a. Hendaknya suasana atau tema yang hendak ditampilkan atau ditonjolkan haruslah benar-banar terkonsep dengan baik, konsisten, memiliki keunikan dan orsinil. Hal ini sangat penting untuk dilakukan oleh perusahaan karena mengingat persaingan bisnis yang semakin hari semakin ketat, sehingga akan semakin sulit untuk dibedakan, terbukti dengan hadirnya banyak *Hypermarket*

ataupun Swalayan yang sejenisnya yang menawarkan suasana yang tidak kalah jauh berbeda dengan yang lainnya.

- b. Membangun hubungan komunikasi yang lebih baik lagi dengan konsumen melalui mendengarkan saran dan masukan dari konsumen sehingga konsumen akan merasa memiliki *Giant Hypermarket* dan akan menjadi pilihan pertama dalam memilih barang di *Giant Hypermarket* Margorejo. Pada akhirnya dengan store atmosphere yang baik dan menyenangkan akan menjada dan mendorong citra perusahaan.

## 2. Saran untuk peneliti selanjutnya

- a. Menyebarkan keseluruhan kuesioner kepada responden hendaknya dilakukan langsung di tempat yang menjadi obyek penelitian agar konsumen yang bersangkutan dapat memberikan penilaian yang lebih obyektif.
- b. Gunakan teknik pengumpulan data lain selain kuesioner, yang dapat memberikan data dengan tingkat akurasi yang lebih baik, dan jika hasil yang didapati tidak signifikan, maka peneliti perlu melakukan wawancara kembali dengan beberapa responden sebelumnya.
- c. Sebaiknya lebih jeli lagi dalam menentukan alat ukur dan bukan berdasarkan persepsi sendiri.

## C. KETERBATASAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini masih banyak terdapat kelemahan dan kekurangan yang perlu diperbaiki lagi yaitu peneliti tidak menyebarkan kuesioner sepenuhnya langsung ditempat yang menjadi obyek penelitian. Hal ini mempengaruhi tingkat akurasi dari jawaban responden mengingat situasi yang tidak mendukung menyulitkan konsumen

untuk melakukan penilaian. Selain itu juga alat ukur banyak yang tidak valid dikarenakan jumlah itemnya yang sedikit dan juga peneliti tidak melakukan uji coba instrumen terlebih dahulu sebelum melakukan penyebaran instrumen penelitian, sehingga ketika dilakukan Uji Validitas banyak yang gugur. Dalam hal ini peneliti ketika menentukan alat ukur lebih cenderung menyimpulkan persepsi sendiri dari beberapa teori dan kemudian diangkat menjadi sebuah alat ukur.