

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data analisis dan hasil pembahasan di bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran untuk kategori gambaran ($\bar{x}_{PS-P}$) variabel desain produk yaitu 86,70% (sangat baik), suasana toko 84,40% (sangat baik) dan promosi 84,47% (sangat baik) dan minat beli 84,90% (sangat baik), dikategorikan sangat baik dan tidak sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti yakni cukup baik.
2. Variabel desain produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Y) pada Toko Distro Lina Pratama Kupang. Hal ini dibuktikan dengan t_{hitung} variabel desain produk bernilai positif (+) sebesar 2.052, hasil uji statistik untuk variabel desain produk dengan diperoleh nilai signifikan sebesar 0,044 yang berada di bawah 0,05 (tingkat alfa 5%). Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat, maka hipotesis dalam penelitian ini terbukti.
3. Variabel suasana toko (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Y) pada Toko Distro Lina Pratama Kupang. Hal ini dibuktikan dengan t_{hitung} variabel suasana toko bernilai positif (+) sebesar 4.615, hasil uji statistik untuk variabel suasana toko dengan diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 yang berada di bawah 0,05 (tingkat alfa 5%). Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat, maka hipotesis dalam penelitian ini terbukti.

4. Variabel promosi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Y) pada Toko Distro Lina Pratama Kupang. Hal ini dibuktikan dengan t_{hitung} variabel promosi bernilai positif (+) sebesar 6.328, hasil uji statistik untuk variabel promosi dengan diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 yang berada di bawah 0,05 (tingkat alfa 5%). Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat, maka hipotesis dalam penelitian ini terbukti.
5. Variabel desain produk, suasana toko dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan diperoleh dari nilai F hitung sebesar 64.171 dengan tingkat signifikan 0,000 terhadap minat beli pada Toko Distro Lina Pratama Kupang. Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat maka hipotesis dalam penelitian ini terbukti.
6. Hasil koefisien determinasi (R^2) adalah 86,3% yang merupakan kontribusi dari variabel desain produk, suasana toko dan promosi sedangkan sisanya yaitu 13,7% dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan maka penulis menyarankan kepada Toko Distro Lina Pratama Kupang sebagai berikut:

1. Pihak Toko Distro Lina Pratama Kupang perlu memperhatikan desain produk yang dijual, dengan cara perlu meningkatkan mutu atau kualitas produk, sehingga sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen.
2. Pihak Toko Distro Lina Pratama Kupang perlu meningkatkan suasana toko, dengan cara memperhatikan kebersihan ruangan, menyediakan

tempat parkir yang aman untuk kendaraan dan menggolongkan barang berdasarkan pengelompokkan merek dan ukuran.

3. Pihak Toko Distro Lina Pratama Kupang perlu meningkatkan promosi dengan cara membuat brosur yang menarik dan menawarkan kepada konsumen agar dapat memotivasi konsumen untuk menarik minat beli pada Toko Distro.
4. Pihak Toko Distro Lina Pratama Kupang diharapkan dapat membuat strategi pemasaran dengan lebih baik agar dapat menarik minat beli konsumen yang dapat menambah pemasukan dari Distro.
5. Bagi peneliti lainnya, yang ingin mengadakan riset serupa, agar dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan mengangkat objek penelitian pada produk ekonomi lainnya, dengan jumlah variabel yang lebih luas, sehingga dapat diketahui alasan lebih mendalam atas pilihan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Assael, 2002. ***Consumer Behavior and Marketing Action***. Edition Four. Boston: PWS-Kent Publishing Company. Baker Mona (Penerjemah), 2003. ***Perilaku Konsumen dan Tindakan Pemasaran***. Edisi 4. Penerbit Mizan, Bandung.
- Clow, K, 2010. ***Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communication***. Edition Four. Prentice Hall, England Pearson. Domink Julian (Penerjemah), 2010. ***Periklanan Terintegrasi, dan Komunikasi Pemasaran***. Edisi 4. Erlangga Jakarta.
- Ginting, Rosnani, 2010. ***Perancangan Produk***. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin, 2009. ***Marketing Management***. Edition 13, Safety Netting, London. Bob Sabran, MM (Penerjemah), 2010. ***Manajemen Pemasaran***. Edisi 13. Jilid 1. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin, 2011. ***Marketing Management***. Edition 13, Safety Netting, London. Bob Sabran, MM (Penerjemah), 2013. ***Manajemen Pemasaran***, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip & Amstrong, Gary, 2014. ***Principle of Marketing***. Edition 15, Safety Netting, London. Bob Sabran, MM (Penerjemah), 2015. ***Prinsip-Prinsip Pemasaran***. Edisi 15. Jilid 1. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip & Amstrong, Gary, 2012. ***Fundamentals of Management***. Global Edition, 14 Edition, Safety Netting, London. Bob Sabran, MM (penerjemah), 2014. ***Dasar-Dasar Manajemen***. Edisi 14, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Levy & Weitz, 2001. ***Retailing Management***. 4th Edition, New York: Mc. Grawhill. Fitriyanti (Penerjemah), 2002. ***Manajemen Ritel***. Edisi 4, Penerbit Gramedia, Jakarta.
- Riduwan, 2004. ***Metode & Teknik Menyusun Tesis***. Alfabeta: Bandung.
- Saladin, Djaslim, 2002. ***Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan Dan Pengendalian***. Penerbit Linda Karya Bandung.
- Sciffman & Kanuk, 2007. ***Consumer Behavior***. Edition 9, Pearson Prentice Hall. New Delhi. Boris Burden (Penerjemah), 2008. ***Perilaku Konsumen***. Edisi 9, Penerbit Gagas Media, Jakarta Selatan.
- Simamora, 2007. ***Panduan Riset dan Perilaku Konsumen***. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Smith, *Teori Ekonomi Perencanaan dan Pembangunan*. Pt Raja Grafindo Pustaka. Jakarta.
- Sugiyono, 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif R & D*. Bandung: AlfaBeta.
- Tjiptono, Fandy, 2016, *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Edisi 1, Andi Offset, Yogyakarta.
- Utami C. Widya, 2008. *Manajemen Barang Dagang Dalam Bisnis Ritel*. Malang: Penerbit Bayumedia Publisng.
- Wiyono, 2011. *3 In One*, Edisi 1, Penerbit Stim YKPN Yogyakarta.

Jurnal dan Skripsi:

- Abdurachman, 2004. *Faktor-Faktor Yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen Sarung Di Jawa Timur)*. Jurnal Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Akbar, 2010. *Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ashari, A, 2012. *Pengaruh Promosi Penjual Pakaian Wanita di Group BBM Terhadap Minat Beli Mahasiswa*. Skripsi Universitas Hasanudin Makassar
- Basri, 2018. *Pengaruh Desain Produk, Harga Dan Display Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Dubai Sport Pangkalan Kerinci*: Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.
- Ridwan Muhammad, 2018. *Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam*: Program Studi S2 Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan.
- Hery, 2018. *Pengaruh Suasana Toko, Promosi Penjualan Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Toserba Griya Grand Cinunuk*: Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
- Jalaluddin, 2019. *Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Kerajinan Anyaman Ketakdi Desa Taman Sari*: Skripsi Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Julianti, 2014. *Pengaruh Suasana Toko Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai*: Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Undiksha

- Levis, Mary, Markus Helfret and Malcolm Brady. 2008. ***Website Design Quality and Form Input Validation an Empirical Study on Irish Corporate Website***. JJSM Vol. 1, pp. 91-100. Universitas Dublin City. Malcolm Brady (Penerjemah). 2009, ***Kualitas Desain Situs Web Dan dari Validasi Input Yang Empiris Belajar di Situs Web Perusahaan Irish***. JJSM vol. 1, hlm 91-100 .
- Pawira, 2001. ***Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran PT Remaja Rosdakarya, Bandung***.
- Purnama, Luvi, 2011. ***Pengaruh Store Atmosphere dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Alfamart Cabang Margahayu Bandung***: Skripsi Universitas Pasundan
- Suprpti, W 2010. ***Perilaku Konsumen Pemahaman Dasar dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran***. Bali: Udaya University Press.
- Wibowo, 20015. ***Pengaruh Suasana Toko, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Di Planet Distro Kota Banjar Negara***: Skripsi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta.