

## BAB 5

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan pengujian hipotesis dan pembahasan yang telah disampaikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. *Store Image* terbukti berpengaruh terhadap *Purchase Intention* pada *The Body Shop Galaxy Mall Surabaya*. *Store Image* atau citra toko yang di bentuk oleh *The Body Shop Galaxy Mall Surabaya* merupakan faktor penting untuk mempengaruhi minat beli konsumen. Konsumen menilai sebuah toko berdasarkan pengalaman mereka atas toko tersebut. Jika toko tersebut memiliki citra yang baik, toko tersebut akan menetap dalam benak konsumen. Dengan demikian hipotesis 1 “*Store Image* berpengaruh terhadap *Purchase Intention* pada *The Body Shop Galaxy Mall Surabaya*” dapat diterima.
2. *Store Atmospheric* terbukti berpengaruh terhadap *Purchase Intention* pada *The Body Shop Galaxy Mall Surabaya*. *Store Atmospheric* pada *The Body Shop Galaxy Mall Surabaya* merupakan faktor penting untuk mempengaruhi minat beli konsumen. *Store Atmosphere* merupakan daya tarik untuk mempengaruhi perasaan konsumen. *Store atmosphere* yang didesain secara tepat dan baik akan dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian barang. Dengan demikian hipotesis 2 “*Store Atmospheric* berpengaruh terhadap *Purchase Intention* pada *The Body Shop Galaxy Mall Surabaya*” dapat diterima.
3. *Store Theatrics* terbukti berpengaruh terhadap *Purchase Intention* pada *The Body Shop Galaxy Mall Surabaya*. *Store Theatrics* pada *The Body Shop Galaxy Mall Surabaya* merupakan faktor penting untuk

mempengaruhi minat beli konsumen. Konsumen adalah seorang manusia yang sangat mengandalkan daya visual, sehingga tidak mengherankan, jika semakin sering kita menampilkan barang untuk pagelaran, maka konsumen akan lebih tertarik dan timbul perasaan ingin membeli. Dengan demikian hipotesis 3 “*Store Theatrics* berpengaruh terhadap *Purchase Intention* pada *The Body Shop Galaxy Mall Surabaya*” dapat diterima.

4. Dilihat dari tingkat kepentingan variabel, *Store Theatrics* merupakan variabel terpenting untuk meningkatkan minat beli. Selanjutnya diikuti oleh variabel *Store Image* dan variabel *Store atmospherics*.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang didapatkan, maka saran yang dapat disampaikan bagi:

1. Manajemen *The Body Shop Galaxy Mall Surabaya*
  - a. Dari hasil penelitian ini, dapat dikatakan bahwa *Store Image* memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen. *The Body Shop Galaxy Mall Surabaya* sudah cukup memiliki *image* yang baik bagi konsumen. Oleh karenanya, *The Body Shop Galaxy Mall Surabaya* harus mempertahankan atau menciptakan *image* yang lebih baik dari saat ini. Hal ini dapat dilakukan dengan tetap menjaga kualitas pelayanan, kualitas mutu produk yang dijual, kelengkapan produk, kejujuran dan kesopanan karyawan toko.
  - b. *Store Atmospheric* juga memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Walaupun *Atmosphere The Body Shop Galaxy Mall Surabaya* sudah dinilai baik, tetapi manajemen toko harus menciptakan atmosfer toko yang baru dan

lebih menarik lagi. Hal ini dilakukan agar dapat merangsang minat beli konsumen bagi yang sudah pernah berkunjung sebelumnya. Kebersihan dan keamanan juga merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh manajemen toko.

- c. *Store Theatrics* yang dilakukan oleh *The Body Shop Galaxy Mall* Surabaya merupakan faktor yang terpenting untuk mempengaruhi minat beli konsumen. Selain juga meningkatkan jumlah konsumen yang berkunjung dalam toko, *Store Theatrics* juga merupakan keunggulan kompetitif yang jarang dimiliki oleh pesaing. Sebaiknya manajemen toko memanfaatkan moment-moment seperti hari raya, hari kemerdekaan, dan hari besar lainnya untuk menciptakan *theatrics* yang dapat mempengaruhi konsumen untuk berbelanja.

## 2. Penelitian mendatang

Menyadari keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, maka penelitian mendatang diharapkan melakukan penambahan penggunaan variabel seperti pelayanan, harga, lokasi, dan promosi yang dinilai juga dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Penelitian mendatang juga sebaiknya menambahkan jumlah sampel agar penelitian menjadi lebih akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anita., 2012, Pengaruh Store Image, Product Signatureness, dan Quality Variation Terhadap Repurchase Intention Produk Private Label Melalui Quality Perception di Carrefour Surabaya, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, Vol. 1, No. 1: 19-25
- Arifanti, Ria., 2009, Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Pada Hypermarket di Kota Bandung, *Karya Ilmiah Manajemen*, Bandung: Akademi Sekretari dan Manajemen Ariyanti
- Durianto, Darmadi., 2001, *Strategi Menaklukkan Pasar: Melalui Riset Ekuitas & Perilaku Merek*, Jakarta: Gramedia.
- Fuad, M., 2010, Store Atmosphere dan Perilaku Pembelian Konsumen di Toko Buku Gramedia, *Jurnal Pemasaran Moderen*, Vol. 2, No. 1, Januari: 1-13
- Ghozali, I., 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro
- Gunawan, A., Samuel, H., dan Dharmayanti, D., 2013, Analisis Pengaruh Store Name, Brand Name dan Price Discounts Terhadap Purchase Intention Konsumen Infinte Tunjungan Plaza, *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol. 1, No. 1: 1-7
- Hasan, M. I., 2002, *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghalia Indonesia
- Haurissa, A. I., 2012, Pengaruh Store Image, Travel Distance dan Customer Satisfaction Terhadap Behavioral Intention Konsumen di Ranch Market Surabaya, *Jurnal Majalah Ekonomi*, Vol. 1, No. 2: 1-8
- Kotler, Philip., dan Armstrong, Gery., 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid Satu, Terjemahan, Edisi Keduabelas, Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M., 2003, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*, Jakarta: Penerbit Erlangga
- Malhotra, N. K., 2010, *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*, Jilid Satu, Terjemahan, Edisi Keempat, Jakarta: PT Index

- Manning, G. L., dan Reece, B. L., 2001, *Selling Today: Building Quality Partnerships*, Eight Edition, Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Marpaung, F. K., 2011, Pengaruh Store Environment terhadap Minat Pembelian Ulang pada Konsumen Metro Supermarket Medan Plaza, *Skripsi tidak dipublikasikan*, Medan: Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.
- McGoldrick, P. J., 2002, *Retail Marketing*, Second Edition, New York: McGraw-Hill Education.
- Meldarianda, R., dan Lisan, H., 2010, Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen pada Resortcafe Atmosphere, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Vol. 17, No. 2, September: 97-108
- Permatasari, N. E., 2012, Pengaruh Promosi Penjualan dan Citra Toko terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Buku Gramedia, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 1, No. 1: 1-13
- Pujiastuti, Y., 2006, Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan Adaptif dalam Meningkatkan Kinerja Tenaga Penjual, *Thesis tidak dipublikasikan*, Semarang: Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Putra, N. E., 2011, Analisis Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen di Wadezig Distro Kota Padang, *Skripsi tidak dipublikasikan*, Padang: Fakultas Ekonomi Universitas Andalas
- Rudiyanto., 2011, Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Selli Fashion, *Skripsi tidak dipublikasikan*, Bandung: Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia.
- Semuel, H., dan Wijaya, E., 2008, Corporate Social Responsibility, Purchase Intention dan Corporate Image pada Restoran di Surabaya dari Perspektif Pelanggan, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 3, No. 1: 35-53

Simamora, Bilson., 2003, *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono., 2011, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Umar, Husein., 2003, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Yudatama, A., Saryadi, dan Susanto, H., 2012, Pengaruh Store Image, Store Atmospherics, Store Theatrics, dan Social Factors Terhadap Pembelian Tidak Terencana, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 1, No. 1: 1-10

[http://id.wikipedia.org/wiki/The\\_Body\\_Shop](http://id.wikipedia.org/wiki/The_Body_Shop) (diakses tanggal 11 Juli 2013, pk. 22.00)