

## **BAB 5**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan pada hasil analisa, maka simpulan yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Warna berpengaruh terhadap persepsi harga di Butik D&S dan Planet One. Berdasarkan simpulan ini bisa dijelaskan bahwa jelas atau tidaknya penilaian konsumen terhadap warna yang ditampilkan di outlet Butik D&S dan Planet One menentukan terhadap tinggi rendahnya persepsi harga berbagai barang yang dijual oleh Butik D&S dan Planet One.
2. Cahaya berpengaruh terhadap persepsi harga di Butik D&S dan Planet One. Berdasarkan simpulan ini bisa dijelaskan bahwa terang atau redupnya penilaian konsumen terhadap pencahayaan yang digunakan di outlet Butik D&S dan Planet One menentukan terhadap tinggi rendahnya persepsi harga berbagai barang yang dijual oleh Butik D&S dan Planet One.
3. Warna berpengaruh terhadap *shopping intention* melalui persepsi harga di kedua butik, akan tetapi besarnya dinyatakan tidak signifikan. Dari kesimpulan ini dapat dijelaskan bahwa niat belanja konsumen di Indonesia tidak terlalu terpengaruh terhadap warna toko.
4. Pencahayaan berpengaruh terhadap *shopping intention* melalui persepsi harga di kedua butik dan besarnya dinyatakan signifikan. Dari kesimpulan ini dapat dijelaskan bahwa niat belanja konsumen di Indonesia sangat terpengaruh terhadap pencahayaan toko.

### **5.2. Saran**

1. Untuk membentuk persepsi harga yang semakin positif, maka Planet One dan Butik D&S sebaiknya meningkatkan keharmonisan perpaduan warna yaitu dengan memilih kombinasi warna yang disukai oleh pengunjung. Untuk mengetahuinya maka dilakukan penelitian secara periodik mengenai selera pengunjung terhadap warna.
2. Untuk membentuk persepsi harga yang semakin positif, maka Planet One dan Butik D&S sebaiknya meningkatkan intensitas pencahayaan menjadi lebih merata di dalam outlet. Di setiap sudut sebaiknya juga mendapatkan porsi cahaya yang sama dengan bagian display.

### **5.3. Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan penelitian bahwa tidak terdapat standar warna atau cahaya yang dikatakan baik karena sangat tergantung pada selera pengunjung. Responden penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengunjungi Planet One dan Butik D&S dalam kurun waktu 6 bulan terakhir.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Berman, Barry, dan Joel R. Evans, 2007, *Retail Management: A Strategic Approach*, Eight Edition, New Jersey:Prentice hall Inc.
- Barry, J., David, M., Tracy, A., 2003, *Color and Shopping Intentions : The Intervening Effect of Price Fairness and Perceived Affect*, Journal of Business Research, Vol. 56 (2003): pp 541-551.
- Ghozali, Imam dan Fuad, 2005, *Structural Equation Modeling*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip, 1994, *Marketing Management: Analysis, Planning, And Control*, (8<sup>th</sup> Edition), New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Kelley, William, 2003, *Consumer Behaviour: Loyalty for the Hospitality Industry*, USA: Prentice Hall International (United Kingdom) Limited.
- Mowen, John C. dan Michael Minor, 2001, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Erlangga.
- Priyatno, Dwi, 2008, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Mediakom.
- Sarwono, Jonathan, 2006, *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sutisna, 2003, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy, 1997, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Utami, Christina W., 2006, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, Jakarta: Salemba Empat.

Utami, Christina W., 2008, *Strategi Pemasaran Ritel*, Jakarta: Indeks.

Wilkening, Fritz, 1987, *Tata Ruang*, Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

Yildirim, K., Akalin, A., Hidayetoglu, M,L, 2006, *Effect of Indoor Color on Mood and Cognitive Performance*, Elsevier Ltd.

