

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa tanggapan responden mengenai Citra Toko (*Store Image*) pada TB Putra Abadi Kota Bandung adalah tergolong kurang baik/rendah dengan nilai presentase skor 49,1% dari hasil keseluruhan rekapitulasi pada semua indikator citra toko pada TB Putra Abadi Kota Bandung. Hal ini dapat dilihat pada indikator sebagai berikut:

1. *physical facilities* dengan nilai presentase skor 53,9%.
2. *Merchandise* dengan nilai presentase skor 52,6%,
3. *Service* dengan nilai presentase skor 52,2%
4. *Price* dengan nilai presentase skor 44,3%
5. *Promotion* dengan nilai presentase skor 42,7%

Dari hasil tersebut, menunjukkan bahwa indikator *physical facilities*, *Merchandise*, *Service*, tergolong menghasilkan kategori cukup baik saja. Sedangkan pada indikator *Price* dan *Promotion* yang menghasilkan kategori kurang baik.

Pada pembahasan bab IV diatas skor tertinggi item pernyataan dengan nilai presentase 45,2% pada indikator *Price* mengenai responden pernah mendapatkan potongan harga saat berbelanja pada TB Putra Abadi Kota Bandung, dan item pernyataan dengan nilai presentase skor terendah 42,0% yaitu mengenai

penawaran produk dengan harga yang terjangkau pada TB Putra Abadi Kota Bandung. Maka dari itu solusi yang tepat adalah perlunya mengatur strategi dalam menetapkan harga untuk bisa bersaing dengan toko lain. Sedangkan skor terendah berada pada indikator *Promotion* dengan skor item pernyataan tertinggi dengan nilai presentase skor 44,0% mengenai responden merasa beruntung dengan adanya promosi pada TB Putra Abadi Kota Bandung dan item pernyataan terendah dengan nilai presentase skor 41,0% mengenai promosi yang diadakan TB Putra Abadi Kota Bandung menarik dan informatif. Oleh karena itu sebaiknya perlu mengevaluasi dalam mengadakan promosi yang dapat mendorong minat beli konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil rekapitulasi semua tanggapan responden mengenai citra toko pada TB Putra Abadi Kota Bandung yang kurang baik/rendah, dengan mengingatnya persaingan pasar yang ketat khususnya industri bahan bangunan, maka sebaiknya pihak TB Putra Abadi Kota Bandung harus benar-benar memperhatikan kekurangan tentang tanggapan konsumen mengenai citra toko. Maka dari itu saran penulis sebagai berikut:

1. Pada *price*, sebaiknya perlu diadakan strategi kebijakan harga dalam menentukan produk dengan harga yang terjangkau pada benak konsumen agar mampu bersaing dengan toko lain, karena konsumen sangat sensitif akan harga, perbedaan harga yang sedikit mampu menjadi faktor pendorong konsumen dalam keputusan pembelian.

2. Pada *promotion*, sebaiknya pihak yang berwenang dalam pemasaran harus mengetahui media-media promosi yang mampu menarik minat beli konsumen, karena konsumen akan tertarik jika promosi yang dipasarkan menggunakan media yang tepat serta menarik dan informatif. Dalam penyampaian ajakan pada media promosi juga perlu menggunakan kata-kata yang tepat dan informatif agar pesan tersebut memberikan kesan yang mudah dimengerti dan diterima oleh calon konsumen.

Dengan demikian diharapkan TB Putra Abadi Kota Bandung dapat terus-menerus meningkatkan citra toko yang baik pada benak konsumen. Sehingga dapat menciptakan nilai positif baik bagi perusahaan maupun bagi para konsumennya.