BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan data yang ada, mengenai pengaruh Store Atmosphere dan Ekuitas Merek terhadap Minat Beli Konsumen, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Store Atmosphere CV ALDIRA SANDAL SEPATU secara rata-rata masuk kedalam kriteria "CUKUP". Hal ini ditandai dengan persepsi responden dengan memberikan nilai terendah pada pernyataan di indicator "Exterior". Walaupun ketiga indicator lainnya berkategori "Baik" , namun hasil rekapitulasi membuktikan bahwa tanggapan responden mengenai variabel ini adalah "Cukup".

   Store Atmosphere berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dengan arah hubungan positif. Artinya Store Atmosphere memiliki hubungan dengan minat beli konsumen. Dimana ketika Store Atmosphere Baik maka Minat Beli Konsumen akan Baik.

2. Ekuitas merek CV ALDIRA SANDAL SEPATU secara rata-rata masuk kedalam kriteria "BAIK". Hal ini ditandai dengan persepsi responden dengan memberikan nilai tertinggi pada "Anda sudah lama mengenal merek ALDIRA".

   Ekuitas merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dengan arah positif. Artinya ekuitas merek memiliki hubungan yang

dengan minat beli konsumen. Maka ketika Ekuitas Merek kurang baik maka akan berdampak menurunnya Minat Beli Konsumen.

3. Minat Beli pada CV ALDIRA masuk kedalam kriteria "CUKUP BAIK". Skor yang dicapai mencapai 66,59%. Dengan pernyataan responden "Produk sandal/sepatu ALDIRA selalu Menarik perhatian saya" merupakan skor terendah dengan kategori "Tidak Setuju". Skor tersebut merupakan skor terkecil dari keseluruhan pernyataan tiap indicator dan variabel.
4. Store Atmosphere secara Parsial berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen pada CV ALDIRA Sandal Bandung. Secara total persentase atau kontribusi, pengaruh Store Atmosphere dalam meningkatkan Minat Beli Konsumen pada CV ALDIRA Sandal Bandung lebih kecil dibandingkan dengan Pengaruh Brand Euity terhadap Minat Beli Konsumen.
5. Brand Equity secara Parsial berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen pada CV ALDIRA Sandal Bandung. Secara total persentase atau kontribusi, pengaruh Brand Equity dalam meningkatkan Minat Beli Konsumen pada CV ALDIRA Sandal Bandung sangat besar presentasenya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian dan kesimpulan diatas, penulis mencoba memberikan saran kepada pihak yang berkaitan maupun pihak lainnya.

1. Store Atmosphere pada CV ALDIRA sebaiknya diperhatikan lebih lanjut oleh pemilik.

   "CV ALDIRA memiliki tempat parkir yang luas & CV ALDIRA memiliki toko bangunan yang unik", kedua pernyataan tersebut pada kuesioner merupakan pernyataan yang memiliki nilai terendah dari semua butir pernyataan. Dengan demikian pemilik harus lebih memperhatikan mengenai eksterior toko, misalnya : memperluas lahan parkir agar konsumen merasa nyaman, dan mendekorasi bagian luar toko agar terlihat menarik.

2. Sesuai latar belakang yang penulis tuangkan pada BAB 1, CV ALDIRA Sandal memiliki merek yang sangat unik. ALDIRA "***AL***hamdulillah ***DI R***idhoi ***A***llah**".** Mungkin dengan alasan demikian konsumen mudah mengingat dan mengenali produk sandal ALDIRA. Pada kuesioner mengenai Brand Awareness pun memiliki nilai tertinggi. Dengan begitu menurut saya CV ALDIRA tidak usah segan-segan mensosialisasikan arti/singkatan merek tsb kepada konsumen agar lebih banyak lagi konsumen yang mudah mengingat dan mengenali merek tsb. Dengan begitu merek ALDIRA akan lebih sangat mudah muncul dalam benak konsumen ketika mereka sedang memikirkan kategori produk tertentu.

3. Minat Beli Konsumen untuk belanja pada CV ALDIRA Sandal Bandung berjalan dengan cukup baik, mayoritas konsumen berpendapat bahwa produk ALDIRA belum dapat mencuri perhatian konsumen, sesuai dengan hasil tanggapan responden dengan skor terendah.. Maka dari itu, ALDIRA

harus lebih pandai memproduksi produk sandal dan sepatu yang berbeda dengan pesaingnya agar dapat mencuri perhatian konsumen untuk kedepannya. Selain itu, karakteristik jenis kelamin konsumen ALDIRA cenderung adalah wanita, sesuai dengan survey ketika penulis mengunjungi toko ALDIRA memang benar produk sandal dan sepatu wanitalah yang paling banyak dijual, alangkah baiknya CV ALDIRA menyeimbangkan produksi sandal dan sepatu untuk wanita dan pria agar konsumen pria pun bisa lebih banyak seperti konsumen wanita.

4. Store Atmosphere memiliki pengaruh yang cukup sedang terhadap Minat Beli Konsumen pada CV ALDIRA Sandal Bandung. Akan tetapi, CV ALDIRA harus bisa memperbaiki Eksterior toko agar konsumen tidak berpikir terlalu lama untuk memutuskan pembelian di toko ALDIRA.
5. Brand Equity memiliki pengaruh yang lumayan tinggi terhadap Minat Beli Konsumen pada CV ALDIRA Sandal Bandung dengan presentase sebesar 80%. Akan tetapi, CV ALDIRA jangan terlalu terlena dengan hasil kuesioner responden mengenai indicator-indikator Minat Beli, karena masih banyak factor lain yang bisa mendukung konsumen untuk memutuskan pembelian.