BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan bab IV mengenai pengaruh *store atmosphere* dan *brand image* terhadap minat beli konsumen (survey pada *cosumer* Bloods Distribution Outlet Bandung) dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Tanggapan konsumen terhadap *store atmosphere* di Bloods *Distribution Outlet* Bandung tergolong cukup baik. Bagian *eksterior* tampilan jendela yang membuat konsumen melihat produk *Bloods* terlihat jelas dari luar. Pada bagian dalam *Bloods* tidak ada sampah yang berserakan di dalam toko yang membuat konsumen nyaman di dalamnya. *Bloods* menempatkan produknya di dalam toko sangat strategis, dan tampilan dekorasi pada *Bloods* yang menarik konsumen. *interior,* tata letak toko, dan tampilan dekorasi membuat konsumen yang melihat menjadi tertarik. *Brand Image* pada *Bloods* tergolong baik di pandang konsumen karena produk *Bloods* mempunyai reputasi yang baik dimata konsumen. Karena bisa memenuhi kebutuhan konsumen dan mempunyai kualitas baik. Minat beli pada konsumen *Bloods* tergolong cukup baik. Karena produk *Bloods* mempunyai pelanggan yang loyal terhadap produk-produk yang dikeluarkan *Bloods.*

2. Secara parsial *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. *Brand Image* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Dari kedua variabel tersebut *Store Atmosphere* berpengaruh lebih besar terhadap Minat Beli dan diikuti oleh variabel *Brand Image* dimana pengaruh keduanya signifikan.

5.2 Saran

1. Berdasarkan fenomena yang ada, sebaiknya Distro Bloods menambah desain untuk logo dan desain unik untuk setiap produk Bloods agar terlihat lebih bervariatif dan inovatif.

2. Alangkah baiknya *Bloods Distrbution Outlet* memperhatikan Keluasan dan kenyamanan lahan parkir agar dapat mempengaruhi minat beli konsumen, karena itulah perlu penambahan lahan agar konsumen yang memiliki kendaraan roda empat dapat parkir dengan leluasa tanpa menggangu pengguna jalan lainnya

3. Tata letak display harus sangat diperhatikan agar konsumen nyaman dan dapat berpindah-pindah tempat secara efektif dalam melihat-lihat produk. *Space* yang diberikan antar display harus cukup untuk 2 jalur datang dan pergi sehingga tidak terlalu berdesakkan.

4. Segmentasi pasar yang diambil oleh *Bloods* adalah kaum muda dan remaja, sehingga tema dan dekorasi haruslah terlihat rapih dan serasi sehingga dapat menarik minat konsumen muda untuk mampir ke distro Bloods.

Demikian saran yang dapat penulis berikan, semoga saran tersebut bisa dijadikan sebagai masukkan yang dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi masyarakat pada umumnya.