

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari hipotesis penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Persepsi konsumen tentang Desain produk, Promosi, Suasana Toko terhadap Minat Beli pada Distro Manzen Kota Kupang adalah baik. Hal ini didasarkan pada hasil analisis deskriptif yang dilakukan terhadap keseluruhan variabel dimana rata-rata kategori persepsi responden terhadap Desain produk adalah 72,85, variabel Promosi dengan rata-rata 73,6, variabel Suasana toko dengan rata-rata 75,97 dan variabel minat beli dengan rata-rata 74,33. Berdasarkan Levis 3 variabel ini masuk dalam kategori baik.
2. Variabel desain produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Y) pada Toko Distro Manzen Kupang. Hal ini dibuktikan dengan t_{hitung} variabel desain produk bernilai positif (+) sebesar 2.944, hasil uji statistik untuk variabel desain produk dengan diperoleh nilai signifikan sebesar 0,044 yang berada di bawah 0,05 (tingkat alfa 5%). Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat, maka hipotesis dalam penelitian ini terbukti.
3. Variabel promosi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Y) pada Toko Distro Manzen di Kota Kupang. Hal ini dibuktikan

dengan t_{hitung} variabel promosi bernilai positif (+) sebesar 3.504, hasil uji statistik untuk variabel promosi dengan diperoleh nilai signifikan sebesar 0,001 yang berada di bawah 0,05 (tingkat alfa 5%). Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat, maka hipotesis dalam penelitian ini terbukti.

4. Variabel suasana toko (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Y) pada Toko Distro Manzen di Kota Kupang. Hal ini dibuktikan dengan t_{hitung} variabel suasana toko bernilai positif (+) sebesar 7.085, hasil uji statistik untuk variabel suasana toko dengan diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 yang berada di bawah 0,05 (tingkat alfa 5%). Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat, maka hipotesis dalam penelitian ini terbukti.
5. Variabel desain produk, promosi dan suasana toko secara simultan berpengaruh positif dan signifikan diperoleh dari nilai F hitung sebesar 56.227 dengan tingkat signifikan 0,000 terhadap minat beli pada Toko Distro Manzen di Kota Kupang. Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat maka hipotesis dalam penelitian ini terbukti.
6. Hasil koefisien determinasi (R^2) adalah 71,9% yang merupakan kontribusi dari variabel desain produk, suasana toko dan promosi sedangkan sisanya yaitu 28,1% dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan maka penulis menyarankan kepada Toko Distro Manzen di Kota Kupang sebagai berikut:

1. Toko Distro Manzen di Kota Kupang perlu memperhatikan desain produk yang dijual, dengan cara perlu meningkatkan mutu atau kualitas produk, sehingga sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen.
2. Toko Distro Manzen di Kota Kupang perlu meningkatkan promosi dengan cara membuat brosur yang menarik dan menawarkan kepada konsumen agar dapat memotivasi konsumen untuk menarik minat beli pada Toko Distro.
3. Pihak Toko Distro Manzen Kupang perlu meningkatkan suasana toko, dengan cara memperhatikan kebersihan ruangan, menyediakan tempat parkir yang aman untuk kendaraan dan menggolongkan barang berdasarkan pengelompokkan merek dan ukuran.
4. Bagi peneliti lainnya, yang ingin mengadakan riset serupa, agar dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan mengangkat objek penelitian pada produk ekonomi lainnya, dengan jumlah variabel yang lebih luas, sehingga dapat diketahui alasan lebih mendalam atas pilihan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Assael, 2002. *Consumer Behavior and Marketing Action*. Edition Four. Boston: PWS-Kent Publishing Company. Baker Mona (Penerjemah), 2003. *Perilaku Konsumendan Tindakan Pemasaran*. Edisi 4. Penerbit Mizan, Bandung.
- Clow, K, 2010. *Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communication*. Edition Four. Prentice Hall, England Pearson. Domink Julian (Penerjemah), 2010. *Periklanan Terintegrasi, dan Komunikasi Pemasaran*. Edisi 4. Erlangga Jakarta.
- Ginting, Rosnani, 2010. *Perancangan Produk*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin, 2009. *Marketing Managemen*. Edition 13, London. Bob Sabran, MM (Penerjemah), 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin, 2011. *Marketing Managemen*. Edition 13, London. Bob Sabran, MM (Penerjemah), 2013. *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip & Amstrong, Gary, 2014. *Principle of Marketing*. Edition 15, London. Bob Sabran, MM (Penerjemah), 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 15. Jilid 1. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip & Amstrong, Gary, 2012. *fundamentals of management*. Global Edition, 14 Edition, London. Bob Sabran, MM (penerjemah), 2014. *Dasar-Dasar Manajemen*. Edisi 14, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Levy & Weitz, 2001. *Retailing Management*. 4th Edition, New York: Mc. Grawhill. Fitriasari (Penerjemah), 2002. *Manajemen Ritel*. Edisi 4, Penerbit Gramedia, Jakarta.
- Levis. 2013. *Metode Perilaku Petani*. Yokyakarta : Percetakan Moya Zam Zam Printika
- Riduwan, 2004. *Metode & Teknik Menyusun Tesis*. Alfabeta: Bandung.
- Saladin, Djaslim, 2002. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan Dan Pengendalian*. Penerbit Linda Karya Bandung.
- Sciffman & Kanuk, 2007. *Consumer Behavior*. Edition 9, Pearson Prentice Hall. New Delhi. Boris Burden (Penerjemah), 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 9, Penerbit Gegas Media, Jakarta Selatan.

Simamora, 2007. *Panduan Riset dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Smith, *Teori Ekonomi Perencanaan dan Pembangunan*. Pt Raja Grafindo Pustaka. Jakarta.

Sugiyono, 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif R & D*. Bandung: AlfaBeta.

Tjiptono, Fandy, 2016, *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Edisi 1, Andi Offset, Yogyakarta.

Utami C. Widya, 2008. *Manajemen Barang Dagang Dalam Bisnis Ritel*. Malang: Penerbit Bayumedia Publising.

Wiyono, 2011. *3 In One*, Edisi 1, Penerbit Stim YKPN Yogyakarta.

Jurnal dan Skripsi:

Abdurachman, (2004). *Faktor-Faktor Yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen Sarung Di Jawa Timur)*. Jurnal Universitas Kristen Petra Surabaya.

Akbar, (2010). *Analisi Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang.

Ashari, A, (2012). *Pengaruh Promosi Penjual Pakaian Wanita di Group BBM Terhadap Minat Beli Mahasiswa*. Skripsi Universitas Hasanudin Makasar

Basri, (2018). *Pengaruh Desain Produk, Harga Dan Display Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Dubai Sport Pangkalan Kerinci*: Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.

Engel, James, etal, 2005. *Perilaku Konsumen*. Jural Manajemen.

Hery, (2018). *Pengaruh Suasana Toko, Promosi Penjualan Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Toserba Griya Grand Cinunuk*: Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

Jalaluddin, (2019). *Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Kerajinan Anyaman Ketakdi Desa Taman Sari*: Skripsi Universitas Muhammadiyah Mataram.

- Julianti, (2014). *Pengaruh Suasana Toko Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai*: Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Undiksha
- Levis, Mary, Markus Helfret and Malcolm Brady. 2008. *Website Design Quality and Form Input Validation an Empirical Study on Irish Corporate Website*. JJSM Vol. 1, pp. 91-100. Universitas Dublin City. Malcolm Brady (Penerjemah). 2009, *Kualitas Desain Situs Web Dan dari Validasi Input Yang Empiris Belajar di Situs Web Perusahaan Irish*. JJSM vol. 1, hlm 91-100 .
- Pawira, (2001). *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran PT Remaja Rosdakarya*, Bandung.
- Purnama, Luvi, (2011). *Pengaruh Store Atmosphere dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Alfamart Cabang Margahayu Bandung*: Skripsi Universitas Pasundan
- Suprpti, W (2010). *Perilaku Konsumen Pemahaman Dasar dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran*. Bali: Udaya University Press.
- Wibowo, (20015). *Pengaruh Suasana Toko, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Di Planet Distro Kota Banjar Negara*: Skripsi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta.