BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kepada responden yaitu Komunitas Pendaki Gunung Bandung mengenai *Store image* terhadap peningkatan Minat beliRei *Outdoor Gear*, terdapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran *Store image* dari Rei *Outdoor Gear*sebagai toko penyedia peralatan kebutuhan *outdoor* yang terdiri dari indikator *promotion, sales personnel, atmosphere, service, merchandise, dan convinience* dari Komunitas Pendaki Gunung Bandung menunjukan kategori yang cukup. Selanjutnya diketahui pada variabel *Store image* tersebut mempunyai penilaian atau skor yang sangat baik yaitu pada indikator *Atmosphere*, yaitu tentang lingkungan yang ditampilkan suatu toko tersebut. Sedangkan indikator yang mempunyai penilaian buruk oleh responden adalah *Merchandise.*
2. Gambaran Minat beli Rei *Outdoor Gear* yang terdiri dari *price, compability,* dan *social influence* dari Komunitas Pendaki Gunung Bandung menunjukan pada kategori yang tinggi. Kemudian diketahui pada variabel minat beli tersebut mempunyai indikator yang jumlah skor atau penilaian dari responden yang tinggi yaitu dari indikator*Compability*. Kemudian indikator yang mempunyai penilaian rendah adalah *Social influence*atau pengaruh sosial.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah ditelitipada Komunitas Pendaki Gunung Bandung, maka dapat diketahui bahwa Store Image dapat berpengaruh terhadap Minat beli Rei *Outdoor Gear* sebagai penyedia kebutuhan *outdoor.*Setelah itu diketahui koefisienkorelasi yang diperolehmenunjukkanbahwaterdapathubungan yang sangat kuatdanpositifantara*Store image*denganpeningkatanMinat beliRei *Outdoor Gear*sebagaipenyediaproduk*outdoor*.

1.2 Saran

Berdasarkankesimpulanhasilpenelitianmengenaipengaruh*Store Image*terhadapMinat Beli Rei *Outdoor Gear* sebagai penyedia perlengkapan *outdoor*, makapenelitimengajukan saran denganharapandijadikansolusidaripermasalahan, dapatmemberikanmanfaatsertadapatmenjadibahanpertimbanganperusahaandalammengambilkeputusan dalam strategi pemasarannya. Berikut saran yang diberikan oleh peneliti:

1. Dari hasilpenelitianini padavariabel*Store image* yang harusdiperhatikandariindikator*Promotion* adalahpenyampaian informasi produk melalui iklan media cetak (Koran, *Flyer*, Spanduk) dan penyampaian informasi produk melalui iklan media elektronik (internet). Saran yang diberikan oleh peneliti adalah Perusahaan harus lebih memanfaatkan media secara maksimal untuk segi pemasarannya dari informasi produk dan aspek lain mengenai produk, karena dengan mengutamakan promosi di toko saja tidak akan efektif di era masa kini yang banyak memanfaatkan media internet, dan media sosial. Untukindikator*Sales Personnel*, hal yang harusdiperhatikanadalahbeberapa karyawan toko Rei *Outdoor Gear* kurang mempunyai pengetahuan tentang produk. Saran yang diberikan oleh peneliti adalah agar manajer bahkan perusahaan memberikan pengenalan tentang produk-produk yang dijual secara keseluruhan kepada karyawannya dan lebih selektif terhadap penerimaan karyawan baru agar memiliki pengetahuan yang luas tentang produk yang dijual. Kemudianuntukindikator*Atmosphere*, hal yang harusdiperhatikanadalahperusahaanyaitu mengenai penampilkan suasana (pencahayaan) yang dinilai responden kurang. Saran yang diberikan adalah agar perusahaan memperbaiki hal tersebut karena terkait dengan kenyamanan konsumen. Selanjutnyaindikator*Merchandise* adalah karyawan toko Rei *Outdoor Gear* merespon dengan lambat menjawab setiap pertanyaan tentang produk. Menurut peneliti Hal yang harusdiperhatikanperusahaan adalahmerekomendasikan agar adanya pelatihan terhadap karyawan agar hal tersebut dapat dikurangi. Kemudian terakhir dari indikator *Convinience*, terdapat permasalahan dari tempat tunggu yang kurang dari jumlah yang disediakan oleh Rei *Outdoor Gear*. Saran dari peneliti yaitu agar peerusaaan menyediakan tempat tunggu yang layak dan cukup jumlahnya.

2. BerdasarkanhasilpenelitianpadavariabelMinat beli, dari indikator *Price* atau harga yaitu agar Rei *Outdoor Gear* agar selalu menyesuaikan penerapan harga pada produk yang dijual sesuai dengan kualitas dan manfaat produk dan merujuk berdasarkan harga dari kompetitor agar dapat bersaing dengan baik. Kemudian dari kompaiblitas produk agar selalu menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen tujuannya adalah agar produk yang dijual sesuai dengan kebutuhan kosemen yang berdampak pada penjualan yang tinggi. Peneliti berharap semua saran tersebut dapat meningkatkanminat beli beli terhadapproduk, danmenciptakanloyalitasterhadapproduk Rei *Outdoor Gear*.

3. Saran untukpenelitianselanjutnya,yaitu agar menemukanfaktor lain yang dapat mempengaruhi minat belisepertiBrand Image,*Price, Discount, Event Sponsorship, dan Event Involvement.*

Joko Prabowo, 2017
PENGARUH STORE IMAGE TERHADAP MINAT BELI REI OUTDOOR GEAR BANDUNG (SURVEI PADA KOMUNITAS PENDAKI GUNUNG BANDUNG)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu