

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Suasana toko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada distro may17 dikota padang.
2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada distro may17 dikota padang.
3. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada distro may17 dikota padang.

2. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang dilakukan saat ini, memiliki sejumlah kelemahan dan keterbatasan, secara umum keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Terbatasnya jumlah sampel yang digunakan, sehingga mempengaruhi ketepatan dan akurasi hasil penelitian yang diperoleh.
2. Proses pengawasan dalam penyebaran kuesioner yang tidak dilakukan dengan ketat, menyebabkan adanya item pernyataan yang mengalami kerancuan, sehingga dapat mempengaruhi ketepatan dan akurasi hasil penelitian yang diperoleh.
3. Penelitian ini hanya menganalisis pengaruh suasana toko, citra merek serta kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada distro may17 dikota padang. Masih

banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

5.2. Saran

Saran yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Saran Akademis Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang konsep minat beli konsumen lebih dalam lagi. Selain itu pada penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas yaitu suasana toko, citra merek dan kualitas produk, sehingga pada penelitian selanjutnya dapat memanfaatkan penelitian ini untuk dikembangkan dan diuji kembali dengan menggunakan pendekatan dan metode yang berbeda.
2. Saran Praktis Penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan memberikan pemahaman bagi pemasaran untuk mengetahui faktor-faktor yang diperlukan untuk meningkatkan minat beli konsumen. Serta implikasi untuk Distro May17 berdasarkan hasil penelitian yang ada dapat dijadikan pertimbangan dalam memperhatikan suasana toko, citra merek dan kualitas produk karena hal ini merupakan faktor penting dalam meningkatkan minat beli konsumen.
3. Bagi para peneliti selanjutnya yang akan mengkaji lebih dalam untuk menambah variabel dan ukuran sampel yang lebih besar sehingga dalam segi statistika dapat memenuhi hasil validasi instrumen yang lebih baik