

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Upaya yang dilakukan oleh Distro Smith dalam merancang *in-store stimuli* agar meningkatkan keputusan pembelian pada produk Distro Smith Bandung diantara :

- a. *Traffic design*

Membuat jalan/gang yang cukup lebar agar leluasa dilalui oleh konsumen serta penempatan barang-barang yang dibuat saling berdekatan sehingga memudahkan konsumen mencari produk

- b. *Creating a comfort atmosphere*

Memberikan wewangi ruangan, kebersihan toko yang selalu dijaga serta memutar musik yang membuat nyaman didengar

- c. *Lighting technique*

Memberikan pencahayaan pada beberapa tempat yang dirasa memerlukan pencahayaan yang dapat meningkatkan produk yang di pajang menjadi menarik

d. Displaying technique

Pemajangan display yang menarik serta mudah dijangkau oleh konsumen diharapkan membuat konsumen tertarik untuk membeli produk Distro Smith

2. Tanggapan konsumen tentang upaya Distro Smith Bandung dalam melaksanakan *in-store stimuli* termasuk dalam kategori cukup, hal ini artinya responden menilai upaya Distro Smith tersebut telah cukup dirasakan oleh konsumen melalui lokasi distro yang strategis, terdapatnya petunjuk arah yang menuju lokasi, kebersihan yang selalu terjaga baik,. Namun ada beberapa hal yang dirasakan kurang oleh konsumen diantaranya tidak terdapat wewangian didalam ruangan yang membuat suasana nyaman, musik yang diputar Distro Smith kurang serasi, pencahayaan lampu yang kurang serasi, pengaturan layout yang kurang baik, display yang kurang menarik serta display yang sulit dijangkau konsumen.
3. Tanggapan konsumen tentang keputusan pembelian pada Distro Smith Bandung dalam kategori cukup, artinya konsumen menilai dalam memutuskan pembelian produk Distro dirasakan kurang diantaranya melakukan pembelian tidak dalam 1 minggu sekali dan membeli produk Distro tidak dalam jumlah banyak .

4. Terdapat pengaruh yang kuat antara *in-store stimuli* terhadap keputusan pembelian pada Distro Smith Bandung. Sebesar 50% variable *in-store stimuli* mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan pembahasan bab IV, peneliti menemukan beberapa hal yang berkaitan dengan *in-store stimuli* pada Distro Smith sebagai berikut:

- a. Distro Smith Bandung masih kurang dalam hal wewangian didalam ruang distro. Dengan adanya wewangian didalam ruang distro tersebut diharapkan konsumen merasa nyaman ketika berbelanja.
- b. Distro Smith Bandung masih kurang dalam hal memberikan suasana nyaman melalui musik yang diputar. Diharapkan dengan diputarnya musik yang terdengar konsumen membuat mood konsumen terjaga baik ketika berbelanja.
- c. Distro Smith Bandung masih kurang dalam hal display yang dirasakan kurang menarik. Dengan display yang menarik diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk tertentu.
- d. Distro Smith Bandung masih kurang dalam hal display produk yang sulit dijangkau oleh konsumen. Kesulitan konsumen dalam

menjangkau membuat konsumen tidak dapat mencoba bahkan melihat produk tersebut

5.2 Saran

1. Guna menanggulangi permasalahan konsumen menilai Distro Smith Bandung kurang memberikan suasana nyaman melalui wewangian diruangan, menurut peneliti sebaiknya menambah beberapa aroma wewangian yang dipasang diruang Distro Smith, agar membuat nyaman konsumen yang hendak berbelanja.
2. Guna menanggulangi permasalahan konsumen menilai Distro Smith Bandung kurang memberikan suasana nyaman melalui musik yang diputar di ruang distro, menurut peneliti sebaiknya musik yang diputar disesuaikan dngan selera konsumen, agar menambah mood belanja konsumen.
3. Guna menanggulangi permasalahan konsumen menilai Distro Smith Bandung kurang dalam hal display produk yang menarik, menurut peneliti sebaiknya distro menampilkan produk-produk unggulan yang dapat menarik minat belanja konsumen, dan menyimpan produknya tersebut yang mudah dilihat oleh konsumen.

4. Guna menanggulangi permasalahan konsumen menilai Distro Smith Bandung kurang baik dalam memajang produk yang sulit dijangkau konsumen. Menurut peneliti sebaiknya memajang produk jangan ditempat yang sulit dijangkau oleh konsumen, dengan penempatan yang mudah diharapkan dapat dilihat dan dicoba oleh konsumen.

