

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang kualitas pelayanan, *store atmosphere*, variasi produk, dan minat berkunjung pada brand *BodyTalk* di Matahari Solo Square. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung.
2. *Store atmosphere* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung.
3. Variasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Brand *BodyTalk* diharapkan dapat mampu menghadirkan model yang terus *up to date* dari waktu ke waktu sesuai perkembangan zaman.
2. Brand *BodyTalk* harus memiliki strategi pemasaran yang cerdas dan kuat agar tetap dapat bersaing dengan brand kompetitor.
3. Brand *BodyTalk* diharapkan agar dapat terus mengontrol dan memperhatikan *supply* barang yang diperlukan.
4. Brand *BodyTalk* harus berkomitmen terhadap kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan variasi produk agar dapat memberikan kepercayaan konsumen maupun calon konsumen untuk tetap memilih brand *BodyTalk* sebagai tujuan utama jika berkunjung di Matahari Solo Square

Harapannya produk akan membangun pangsa pasar yang kuat dalam menciptakan kehadiran yang signifikan dalam industri fashion yang dapat bersaing dengan brand kompetitor.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian ini hanya dilakukan pada **brand *BodyTalk* di Matahari Solo Square**, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada brand fashion perempuan lain atau lokasi yang berbeda. Kedua, variabel yang diteliti dalam penelitian ini hanya terbatas pada **kualitas pelayanan, *store atmosphere*, dan variasi produk**, sementara masih terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi minat berkunjung, seperti harga, promosi, tren fashion, dan citra merek yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Ketiga, pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner, sehingga hasil penelitian sangat bergantung pada persepsi dan subjektivitas responden pada saat pengisian kuesioner.