UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian, maka penulis dapat memberikan kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Nilai t hitung sebesar 2,343 > nilai t tabel sebesar 2,012 dan nilai signifikasi sebesar 0,023 < nilai probabilitas sebesar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa suasana toko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat konsumen pada Mini Market Lisa.
2. Nilai t hitung sebesar 2,338 > nilai t tabel sebesar 2,012 dan nilai signifikasi sebesar 0,021 < nilai probabilitas sebesar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat konsumen pada Mini Market Lisa.
3. Dengan demikian diketahui F hitung (31,135) > F tabel (3,20) dengan Sig. (0,000) < 0,05. Artinya secara simultan suasana toko dan lokasi memiliki pengaruh terhadap minat konsumen pada Mini Market Lisa. Nilai R Square sebesar 0,578 atau 57,8% menjelaskan suasana toko dan lokasi dapat mempengaruhi minat belanja konsumen pada Mini Market Lisa sementara sisanya 32,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini seperti harga, kualitas pelayanan, promosi, merchandise, retail service dan lainnya.
4. Suasana toko terhadap minat beli konsumen pada mini market Lisa yang dilakukan oleh konsumen dilihat dari sudut pandang ekonomi syari'ah

belum sesuai, karena penataan barang yang belum tertata rapi tidak sesuai dengan naluri manusia yang menyukai keindahan. Barang yang tidak tertata rapi dan tersusun indah tidak akan meningkatkan minat beli konsumen dan tidak akan meningkatkan penjualan. Lokasi toko terhadap minat beli konsumen pada mini market Lisa dilakukan oleh konsumen dilihat dari sudut pandang ekonomi syari'ah sudah sesuai. Karena lokasi yang dekat dengan jalan raya, tempat parker, faktor lingkungan atau sebagainya, hal ini dapat meningkatkan minat beli dan akan meningkatkan penjualan.

B. Saran

1. Sebaiknya pihak manajer pada mini market Lisa memberikan suasana yang nyaman kepada pelanggan dengan memberikan pelayanan yang ramah, kualitas produk yang terbaik, harga yang sesuai serta kenyamanan pelanggan serta penataan rak-rak pajangan dengan rapi.
2. Sementara untuk penentuan lokasi sangat penting, untuk itu pihak manajemen dalam menentukan lokasi harus jeli dan dapat melakukan penilaian dengan pesaing serta menemukan lokasi yang strategis.
3. Untuk peneliti selanjutnya hendaklah lebih mengembangkan penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi variabel peningkatan penjualan dengan menggunakan analisis data yang berbeda serta menambah jumlah variabel variabel yang lainnya sehingga menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.