

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel *Store Atmosfer* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, artinya semakin baik *Store Atmosfer* yang diberikan oleh Sumber Murah Rembang maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian konsumen. Dan jawaban responden terhadap variabel *Store Atmosfer* (X1) dengan total rata-rata skor jawaban sebesar 3,51 yang berada dalam kategori “tinggi”. Kondisi ini menunjukkan variabel *Store Atmosfer* itu dicerminkan oleh Desain ruangan yang membuat konsumen tidak bingung, Komunikasi visualnya sangat baik, Pencahayaannya memiliki letak yang tepat, dan Konsumennya sangat mudah melakukan transaksi. Sedangkan yang paling di apresiasi yaitu memiliki rata-rata tinggi dan skor nya 3,54 dengan pernyataan Konsumen Toko Sumber Murah sangat mudah melakukan transaksi.
2. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, artinya semakin baik Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Sumber Murah Rembang maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian konsumen. Dan responden terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X2) dengan total rata-rata skor jawaban sebesar 3,48 yang berada dalam kategori

“tinggi”. Kondisi ini menunjukkan variabel Kualitas Pelayanan itu di cerminkan oleh Penampilan karyawan nya yang sangat rapi, Karyawan nya memiliki empati yang baik kepada konsumen, Karyawan nya memiliki daya tanggap yang baik terhadap kebutuhan konsumen, Karyawan nya mampu melayani konsumen dengan baik, Toko Sumber Murah memberikan jaminan atas produknya. Sedangkan yang paling di apresiasi yaitu memiliki rata-rata tinggi dan skor nya 3,56 dengan pernyataan Toko Sumber Murah memberikan jaminan atas produknya.

3. Variabel Citra Toko berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, artinya semakin baik Citra Toko Sumber Murah Rembang maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian konsumen. Dan jawaban responden terhadap variabel Citra Toko (X3) dengan total rata-rata skor 1,74 yang berada dalam kategori “**sangat rendah**”. Kondisi ini menunjukkan variabel Citra Toko di cerminkan oleh Barang dagangan nya memiliki kualitas yang baik, Konsumen merasa nyaman berbelanja, Pelayanan dari karyawan nya sangat baik. Sedangkan yang paling di apresiasi yaitu memiliki rata-rata tinggi dan skor nya 1,97 dengan pernyataan Pelayanan dari karyawan Toko Sumber Murah sangat baik.
4. Variabel *Store Atmosfer*, Kualitas Pelayanan, dan Citra Toko secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
5. Hasil R square nya variabel independent mampu menjelaskan variabel dependent dan sisanya di jelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian.

6. Persamaan regresi yang dihasilkan untuk variabel *Store Atmosfer*, Kualitas Pelayanan, dan Citra Toko yang memiliki nilai apresiasinya yang tinggi yaitu *Store Atmosfer* dengan skor 0,469 artinya semakin baik *Store Atmosfer* maka semakin meningkat Keputusan Pembelian.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan terdapat beberapa saran sebagai evaluasi Sumber Murah Rembang yaitu :

1. Untuk variabel *Store Atmosfer*, untuk kedepannya sebaiknya Toko Sumber Murah Rembang membuat desain ruangnya lebih menarik lagi.
2. Untuk variabel Kualitas Pelayanan, sebaiknya Toko Sumber Murah Rembang melatih karyawannya untuk selalu mendengarkan keluhan atau permintaan dari konsumennya.
3. Untuk variabel Citra Toko, sebaiknya Toko Sumber Murah Rembang memberikan kenyamanan kepada konsumen seperti menambah jumlah AC agar lebih nyaman dalam berbelanja.

## 5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner yang membutuhkan waktu lama karena di masa pandemic Covid 19 dengan jumlah konsumen yang menurun.

#### **5.4 Agenda Penelitian Mendatang**

Model penelitian ini sekalipun sudah terbukti dan diterima menjadi konsep baku kemudian untuk menjadi yang konsekuen maka diperlukan pengujian dengan objek yang berbeda. Penelitian yang akan datang diharapkan melakukan penelitian di tempat lain yang sebidang dengan penambahan sampel dan penambahan jumlah variabel bebas seperti kualitas produk agar dapat digeneralisasikan.

