

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil analisis data pada bab sebelumnya mengenai pengaruh store atmosphere dengan variabel *eksterior*, *general interior*, *store layout*, *interior display* terhadap keputusan pembelian di toko buku Prima Madiun, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 5.1.1 *Eksterior* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian di Toko Buku Prima Madiun
- 5.1.2 *General interior* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian di Toko Buku Prima Madiun
- 5.1.3 *Store layout* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian di Toko Buku Prima Madiun
- 5.1.4 *Interior display* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian di Toko Buku Prima Madiun
- 5.1.5 *Eksterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display* secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian di Toko Buku Prima Madiun
- 5.1.6 Keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel *eksterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display* mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 72,3%

#### **5.2 Implikasi Manajerial**

Berdasarkan kesimpulan yang diuraikan sebelumnya, maka implikasi manajerial yang dapat diterapkan Toko Buku Prima Madiun untuk meningkatkan keputusan pembelian adalah:

- 5.2.1 *Store atmosphere* dapat mempengaruhi keputusan pembelian, hal ini berdasarkan hasil penelitian menjelaskan masing-masing dari variabel *store atmosphere* yang berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, toko buku Prima dapat menjadikan

penelitian ini sebagai acuan untuk bahan evaluasi sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian

- 5.2.2 Variabel *eksterior* menjadi faktor dominan pada penelitian ini, sehingga diharapkan toko buku Prima dapat mempertahankan aspek yang ada pada variabel *eksterior*, sedangkan untuk variabel yang lain yakni, *general interior*, *store layout*, *interior display* perlu diperhatikan agar konsumen merasa lebih nyaman berada di dalam toko, sehingga akan mempengaruhi keputusan pembelian.

### 5.3 Keterbatasan

Penelitian ini mempunyai banyak hambatan dan masih terdapat kekurangan dalam penyelesaiannya. Beberapa keterbatasan yang dapat diidentifikasi, yakni:

- 5.3.1 Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah *store atmosphere* saja, sedangkan masih banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti harga (Ramadhanti,2017), lokasi (Arofah ,2018), atau *brand image* (Fikri, 2018)
- 5.3.2 Penelitian ini hanya meneliti di satu objek saja.

### 5.4 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian dan kesimpulan di atas maka dapat diberikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya yaitu antara lain:

- 5.4.1 Bagi Toko Buku Prima Madiun

Toko Buku Prima Madiun diharapkan tetap memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kenyamanan konsumen saat berada di dalam toko, seperti pengelompokkan produk di dalam toko, karena dapat mempermudah konsumen dalam memilih barang yang diinginkan, serta peletakkan label harga pada barang, hal ini dapat mempermudah konsumen membandingkan harga barang yang akan dibeli.

#### 5.4.2 Bagi peneliti selanjutnya.

- a. Penelitian ini menggunakan empat variabel yakni, *eksterior*, *general interior*, *store layout*, *interior display* untuk menjelaskan pengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan lebih dari empat variabel untuk menjelaskan pengaruh terhadap keputusan pembelian, seperti harga, lokasi, atau *brand image*.
- b. Diharapkan penelitian selanjutnya memilih objek penelitian selain di toko buku Prima Madiun, yakni toko buku Siswa, toko buku Mandiri, dan beberapa toko yang menyediakan alat tulis kantor dan perlengkapan sekolah lainnya di Madiun.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariestonandri, Prima. 2006. *Marketing research For Beginner: Panduan Riset Pemasaran Praktis Bagi Pemula*. Yogyakarta: Andi.
- Dajan, Anto. (1996), *Pengantar Metode Statistik, Jilid Kedua*. Jakarta:LP3ES
- Gariswasita, Andhika. 2015. Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian: Studi pada Five Points Coffe And Chocolate Semarang.
- Ghozali, imam. 2017. *Ekonometrika Teori dan Aplikasi dengan IBM SPSS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Indriastuty, Nina, Didik Hadiyatno, dan Juwari. 2017. *Store Atmosphere Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Retailer Giant Ekstra Balikpapan*. Balikpapan : Universitas Balikpapan
- Jogiyanto, 2010. *Analisis dan Desain Sistem Informasi Edisi IV*. Yogyakarta: Andi Offset
- Kotler. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*. Jakarta : Erlangga
- Ma'aruf, H. 2006. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Mariana dan Lili. 2018. *Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toserba Terbit Kuningan*. Vol 1, issue 1
- Mowen, John C. 2001. *Perilaku Konsumen Jilid 2 Edisi 5*. Jakarta: Erlangga.
- Nofiauwaty, Beli Yuliandi. 2014. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Outlet Nyenyas Palembang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*. Vol 12 No 1. Hal 55-73.
- Nurmawati, Endang. 2012. *Pengaruh Store Armosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Mulia Toserba dan*

- Swalayan Godean Sleman Yogyakarta*). Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sugiman, Fredy dan Rika Mandasari. 2015. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sanctuary di Surabaya. Vol 3, No 2.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyawan, Fauzan. 2008. Pengaruh Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart di Jl. Gajayana Malang.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Ujang Sumarwan. 2004. *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Usti dan Fitriani. 2018. *Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toserba Terbit Kuningan*. Vol 1, issue 1
- Utami, Christina Widya. 2017. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Widyanto A, Edi Yulianto, dan Sunarti. 2014. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian: Survei Pada Konsumen Distro Planet Surf Mall Olympic Garden Kota Malang*. Vol 14, No.1.
- Valentine, Karen. 2014. *Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Konsumen pada Dakken Coffe & Steak Bandung*. E-Proceeding of Management. Vol 1 No 3 hal 782.