

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian Pengaruh atmosfer toko dan keberagam produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Borma Dakota adalah sebagai berikut:

Untuk Variabel Store Atmosphere, peneliti menemukan rata-rata sebesar 3,64. Dengan demikian, jawaban responden untuk Variabel Store Atmosphere berada pada rentang tinggi. Peneliti menemukan bahwa para responden memiliki penilaian bahwa Borma Dakota telah memiliki kecenderungan untuk dapat menampilkan kecenderungan jawaban untuk variabel Store Atmosphere bahwa mereka menganggap Store Atmosphere yang ditampilkan di lingkungan Borma Dakota sudah cukup baik.

Untuk Variabel Keragaman Produk, peneliti menemukan rata-rata sebesar 3,74. Dengan demikian, jawaban responden untuk Keragaman Produk berada pada rentang tinggi. Peneliti menemukan bahwa para responden memiliki penilaian bahwa Borma Dakota telah memiliki kecenderungan untuk dapat menampilkan kecenderungan jawaban untuk variabel Keragaman Produk bahwa mereka menganggap Keragaman Produk yang ditampilkan di lingkungan Borma Dakota sudah cukup baik.

Untuk variabel Keputusan Pembelian, peneliti menemukan rata-rata sebesar 3,75. Dengan demikian, jawaban responden untuk Keputusan Pembelian berada

pada rentang tinggi. peneliti menemukan bahwa para responden telah memiliki kecenderungan untuk melakukan keputusan pembelian di lingkungan Borma Dakota sudah cukup baik. Dengan demikian, mereka dapat mengambil keputusan untuk memberi barang di lingkungan Borma Dakota.

Berdasarkan pengujian regresi linier sederhana, untuk Uji Hipotesis 1, didapatkan H_1 diterima dan H_0 ditolak, yang berarti bahwa Terdapat pengaruh atmosfer toko terhadap keputusan pembelian.

Peneliti menemukan untuk Uji Hipotesis 2, didapatkan H_2 diterima dan H_0 ditolak, yang berarti bahwa Terdapat pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian.

Adapun, untuk Uji Hipotesis 3 yaitu uji regresi linier berganda, didapatkan H_3 diterima dan H_0 ditolak, yang berarti bahwa Terdapat pengaruh atmosfer toko & keberagaman produk toko terhadap keputusan pembelian secara positif

5.2. Implikasi manajerial

Peneliti menemukan bahwa pengaruh atmosfer toko dan keberagaman produk toko terhadap keputusan pembelian pada konsumen Borma Dakota. Dengan demikian, perusahaan perlu mendorong adanya atmosfer toko yang baik, dan dapat memaksimalkan keragaman produk sesuai kebutuhan konsumen, sebagai usaha untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen di lingkungan Borma Dakota.

5.3. Keterbatasan penelitian

- Penelitian dilakukan pada jumlah sampel terbatas, yaitu sejumlah 165 orang responden
- Penelitian dilakukan untuk mengukur variabel atmosfer toko, keberagaman produk, dan keputusan pembelian
- Penelitian dilakukan pada konsumen di lingkungan Borma Dakota.

5.4. Saran

- Terdapat pengaruh atmosfer toko terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, atmosfer toko yang ada perlu ditingkatkan lebih lanjut, dengan sasaran dapat meningkatkan keputusan konsumen. Dengan demikian, lingkungan toko perlu terus ditingkatkan, karena dapat menunjukkan adanya keputusan pembelian konsumen.
- Terdapat pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian. Peneliti menemukan bahwa semakin beragamnya produk, maka akan dapat mendorong keputusan pembelian konsumen.