

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan interpretasi penulis mengenai pangaruh Store Atmosphere terhadap keputusan pembelian pada KFC Surya Sumantri Bandung. Yang dibentuk oleh masing masing variabel yaitu exterior, interior, general interior, dan store layout. Maka penulis dapat menarik kesimpulan setelah melalui berbagai tahap mulai dari pengumpulan data baik data primer hingga data sekunder dan setelah melakukan berbagai penelitian terutama dengan menggunakan kuisisioner dan observasi serta pengolahan data menggunakan spss (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 16 maka penulis menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian pada KFC Surya Sumantri Bandung,.

Kriteria penolakan dan penerimaan

H₀: $0.000 \leq 0.05 = H_0$ ditolak, yang berarti terdapat pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada KFC Surya Sumantri Bandung.

Dan pengaruh yang di dapat sebesar 21.5% yang berarti memiliki pengaruh positif dan cukup berarti dan sisanya 78,5% dipengaruhi oleh faktor lain artinya semakin dikelola dan diterapkan *Store atmosphere* toko yang baik maka keputusan pembelian oleh konsumen cenderung akan semakin tinggi dan meningkat.

5.2 Saran

1. Sebaiknya manajemen selalu memantau dan mengembangkan inovasi-inovasi *Store Atmosphere* sehingga selalu ada nuansa baru yang disajikan pihak KFC Surya Sumantri khususnya pasar mahasiswa dan mahasiswi yang gemar menghabiskan banyak waktu baik menunggu kuliah, bercengkrama, sekedar makan hingga mengerjakan tugas perkuliahan.
2. Sebaiknya sarana utama seperti *Wi-fi* lebih ditingkatkan kembali oleh pihak KFC Surya Sumantri Bandung agar dapat menarik minat untuk berkunjung dan kemudian akan melakukan keputusan pembelian produk KFC. Sebagian besar mahasiswa maupun mahasiswi sangat bergantung dengan internet baik untuk mencari referensi, menyelesaikan tugas kuliah, sosial media hingga untuk *update* berita-berita terbaru seputar dunia global.
3. Guna mendukung peningkatan pembelian maka pihak Manajemen KFC Surya Sumantri lebih *intensive* mengadakan berbagai promo menarik dan unik khususnya bagi mahasiswa dan mahasiswi Universitas Kristen Maranatha. Seperti contoh: promo akhir bulan dengan menurunkan 20% hingga 30% harga produk tertentu. Karena kebanyakan dari mahasiswa ataupun mahasiswi Maranatha memiliki sisa dana sedikit pada akhir bulan.
4. Selalu memantau keempat elemen store atmosphere (*interior, exterior, store layout, dan general interior*) agar dapat selalu kompetitif dengan pasar sejenis dimana bukan harga dan kuantitas saja yang diperhatikan oleh masyarakat abad 21 ini, melainkan lifestyle dan kebanggaan serta menghabiskan banyak waktu untuk bersosialisasi bukan hanya datang untuk makan saja.