

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Store Atmosphere* pada responden Bonewipe SkateShop berada temuan kategori “cukup” dengan skor 2146. Artinya suasana toko atau *store atmosphere* pada Bonewipe SkateShop belum memberikan kenyamanan dan hal ini dapat dilihat dari setiap dimensi yang dijadikan indikator pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam variabel *Store Atmosphere*
2. Atribut produk pada responden Bonewipe SkateShop berada pada kategori “buruk” dengan skor 492. Artinya atribut produk pada Bonewipe SkateShop saat ini kurang dapat memenuhi keinginan kosnumen dan hail ini dapat dilihat dari setiap dimensi yang dijadikan juga dalam indikator untuk pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam variable atribut produk..
- 3 Keputusan pembelian pada responden Bonewipe SkateShop sebesar 1081 termasuk dalam kategori “cukup” . Hal ini terlihat dari banyaknya responden yang menyatakan kurang setuju dan cukup dengan memberikan skor 3 sampai 6 untuk pembelian produk yang ada pada Bonewipe

SkateShop karena kurangnya produk-produk yang bisa menarik konsumen terutama tidak ada pilihan jenis produk.

- 4 Secara parsial terdapat pengaruh positif yang signifikan dari variabel *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Bonewipe SkateShop.
- 5 Secara parsial terdapat pengaruh positif yang signifikan dari variabel atribut produk terhadap keputusan pembelian pada Bonewipe SkateShop.
- 6 Terdapat pengaruh yang positif yang signifikan dari *store atmosphere* dan atribut produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Bonewipe SkateShop.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, maka saran-saran yang dapat diajukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan kesimpulan yang sudah dikemukakan bahwa *store atmosphere* pada Bonewipe SkateShop berada dalam kategori cukup, dimana perusahaan harus juga memerhatikan suasana toko dengan cara lebih memperbaiki lagi dari segi *exterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior displays* agar dapat membuat konsumen lebih nyaman saat berada dalam toko dan membuat konsumen dapat mengitari dalam toko lebih lama.
2. Atribut produk berada dalam kategori buruk, sehingga perusahaan harus memperbanyak produk-produk dan juga merek yang lebih lagi, sehingga

konsumen lebih banyak pilihan dalam memilih produk ataupun merek yang konsumen inginkan seperti aksesoris ataupun peralatan lain yang masih dalam lingkupan usahanya.

3. Keputusan pembelian berada dalam kategori yang cukup dan hal ini bisa berbahaya untuk kelangsungan hidup Bonewipe SkateShop apabila Bonewipe SkateShop tidak segera menindaklanjuti masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, seperti memperhatikan akan suasana toko dan juga memperbanyak produk maupun merek yang disediakan.
4. *Store atmosphere* memiliki pengaruh yang besar terhadap terbentuknya Keputusan Pembelian konsumen Bonewipe SkateShop. *Store atmosphere* berada dalam kategori yang cukup. Bonewipe SkateShop harus bisa lebih memerhatikan suasana toko agar konsumen dapat merasa nyaman saat berada di dalam toko atau sekitaran toko. Sehingga Bonewipe SkateShop tidak kehilangan konsumen.
5. Atribut produk juga memiliki pengaruh yang cukup terhadap terbentuknya Keputusan Pembelian. Atribut produk yang saat ini ada dalam Bonewipe SkateShop kurang dalam menambah pilihan produk untuk para konsumennya. Sehingga perusahaan harus memperhatikan produk atau merek yang tersedia dalam perusahaan agar diperbanyak lagi agar konsumen dapat lebih banyak lagi pilihan produk ataupun merek dalam menentukan keputusan pembelian konsumen.

6. Keputusan Pembelian yang tinggi dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian, terdapat beberapa program yang dapat dilakukan oleh perusahaan. Dengan memperhatikan *store atmosphere* dan juga atribut produk yang lengkap dapat meningkatkan hubungan dengan konsumen. Dan juga dengan membangun hubungan yang baik dengan konsumen melalui *event* dan *social media*, meningkatkan kualitas pelayanan dapat meningkatkan keputusan pembelian.

