

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Hasil penelitian dan pembahasan yang sesuai tujuan hipotesis dengan menggunakan beberapa uji yang diolah menggunakan SPSS , maka dapat ditarik Simpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian customer di toko Berrymanshop Surabaya. Indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat. Harga produk yang sesuai dengan kualitas serta manfaat produk dan harga yang ditawarkan relative lebih murah daripada toko lain dapat mempengaruhi konsumen dapat lebih mudah dalam memutuskan pembelian.
2. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di toko Berrymanshop Surabaya, indikator bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*). Meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen secara rutin sangat diperlukan agar konsumen dapat merasa nyaman dan senang berbelanja ditoko tersebut sehingga menciptakan konsumen yang loyalitas terhadap toko tersebut.
3. Suasana Toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di toko Berrymanshop Surabaya , indikator *layout* (tata letak), suara, bau atau aroma, tekstur dan desain bangunan memiliki peran penting dalam mempengaruhi





Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

keputusan pembelian konsumen. Dimana 5 indikator dari suasana toko tersebut

dapat membuat konsumen menjadi nyaman dan senang pada saat berlanja di toko tersebut sehingga konsumen menjadi lebih betah dan akan Kembali lagi berbelanja di toko tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah ditetapkan dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Harga memiliki hasil yang signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana diharapkan toko Berrymanshop Surabaya dapat selalu memberikan harga yang terbaik untuk konsumen dengan memberikan potongan harga bagi para konsumen setia di toko Berrymanshop dengan memberikan kartu member.
2. Pada Kualitas Layanan diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan dengan cara melakukan meningkat sumber daya manusia yang ada yaitu karyawan yang dapat membangun hubungan yang baik dengan customer serta dapat memberikan jawaban yang baik dan dapat mengerti keinginan dari customer.
3. Pada Suasana toko diharapkan dapat ditingkatkan lagi dimana ruang tunggu dapat dibuat menjadi lebih nyaman untuk customer serta membuat rak display produk menjadi lebih baik lagi agar memudahkan customer dalam memilih produk.
4. Toko Berrymanshop diharapkan dapat mengadakan pelatihan atau training 1 (satu) tahun sekali kepada semua karyawan toko Berrymanshop untuk menyegarkan kembali materi tentang standar layanan, pelayanan prima serta dalam mengatasi sebuah masalah dengan baik agar dapat meningkatkan



performa perusahaan yang pastinya membuat customer puas dalam berbelanja ditoko Berrymanshop yang pada akhirnya menghasilkan profit bagi perusahaan.

5. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan keputusan pembelian serta faktor-faktor yang mempengaruhinya seperti harga, kualitas layanan dan suasana toko.





Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Wayan. 2013. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Pengguna Helm INK). *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Almasdi dan Jusuf Suit. 2012. *Aspek Sikap Mental Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Syiar Media.
- Augusty, Ferdinand. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Barata, Atep Adya. 2013, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta:PT Alex media Komputindo.
- Berman, B. dan Evans, J. R . 2007. *Retail management: A strategic approach (10th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. 2001. *Pemasaran*, Edisi Pertama..Salemba Empat. Jakarta
- Esti,Theresia. 2014. Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Toko dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mirota Kampus (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta). *Skripsi* . Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Hardiansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media
- Hendri, Ma'ruf. 2005. *Pemasaran Ritel* . Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Ghozali, Imam. 2016 . *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kodu,Sarini. 2013. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Universitas Sam Ratulangi Manado.Vol.1(3):1252-1259.
- Kotler, Philip. 2005. (Terjemahan Molan). *Manajemen Pemasaran jilid 1. Edisi 11*. Jakarta: PT.Indeks
- _____, 2008. *Prinsip - Prinsip Pemasaran, Edisi Kedua belas*. Jakarta: Prenhallinda.





- _____, 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran. edisi 12. jilid 1. terjemahan Bob Sabran*. Jakarta : Erlangga
- _____, 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- _____ dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid 2. Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- _____, 2016. *Marketing Management, 16th Edition*. Pearson Prentice Hall Published, New Jersey
- Maruf, Hendri. 2006. *Pemasaran Ritel*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Maretha & Kuncoro. 2011. Pengaruh store atmosphere dan store image terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko buku Gramedia Pondok Indah Mall. *Jurnal bisnis*. Universitas Binus. Vol.2(2):979-991.
- Mauludin, H. 2010. *Marketing Reaserch: Panduan Bagi Manajer, Pimpinan Perusahaan Organisasi*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Mowen, Jhon C. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid Pertama. Alih Bahasa: Dwi Kartini*. Jakarta: Erlangga
- P.Joko Subagyo. 2011. *Metodologi Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*. Jakarta : Aneka Cipta.
- Sangadji, Etta Mamang. dan Sopiiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi
- Siregar. Syofian. 2014. *Metode penelitian kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Suparyanto, RW dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In media.

Swastha, Basu dan Irawan. 2010. “ *Manajemen Pemasaran Modern*” Liberty. Yogyakarta

Tjiptono, Fandy dan Gregorius. 2012. *Pemasaran Strategik. Edisi 4*. Yogyakarta: ANDI

_____. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset

_____. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.

