

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian yang telah diperoleh peneliti, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Store atmosphere* (X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko kain Flores di Mojokerto, karena nilai t hitung $< t$ tabel. Nilai yang didapat (t hitung) ialah sebesar $1,534 < 1,994$, sedangkan tingkat signifikansi ialah sebesar $0,129 > 0,025$. *Store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko kain Flores di Mojokerto.

2. Harga (X2) memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko kain Flores di Mojokerto, karena nilai t hitung $> t$ tabel. Nilai yang didapat (t hitung) ialah sebesar $3,509 > 1,944$, sedangkan tingkat signifikansi ialah sebesar $0,001 < 0,025$. Konsumen berminat untuk membeli kain di toko Flores karena mereka melihat harga kain yang terjangkau dan kualitas kain yang ditawarkan sesuai dengan jenis kain.

3. Kualitas layanan (X3) memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko kain Flores di Mojokerto, karena nilai t hitung $> t$ tabel. Nilai yang didapat (t hitung) ialah sebesar $2,398 > 1,994$, sedangkan tingkat signifikansi ialah sebesar $0,019 < 0,025$. Kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan

pembelian pada toko kain Flores di Mojokerto karena pihak toko Flores mampu menarik minat para konsumen dengan pelayanan yang memuaskan di mata konsumen seperti tanggap dan ramah terhadap konsumen yang datang, serta memberikan respon yang baik.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Variabel harga dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko kain Flores di Mojokerto sedangkan variabel *store atmosphere* tidak berpengaruh, maka diharapkan pihak toko Flores memperhatikan dan lebih memperbaiki dari segi variabel harga dan kualitas layanan, misalnya:
 - a. Untuk variabel harga, pihak toko Flores agar lebih memperhatikan variabel harga yang sudah dinyatakan baik oleh responden yaitu dengan cara mempertimbangkan harga sesuai dengan kemampuan daya beli masyarakat.
 - b. Untuk variabel kualitas layanan, karyawan toko Flores agar lebih menggunakan bahasa yang sopan dalam berkomunikasi dengan konsumen dan bersedia menerima komplain dari konsumen dengan ramah.

2. Untuk peneliti selanjutnya, dari hasil penelitian yang telah dilakukan kali ini semoga bisa menjadi kerangka acuan bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian di bidang yang sama dengan peneliti sekarang.



DAFTAR PUSTAKA

- Adyarinanda dan Yuliati. 2017. Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Roemah Kopi Bandung). *Jurnal e-proceeding of management*. Universitas Telkom Bandung. Vol.4. No.2 Agustus (1847).
- Aminudin, Lucky. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada KFC Mega Mas Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Universitas Sam Ratulangi. Vol.5. No.5.
- Ariani, Wahyu. 2009. *Manajemen Operasi Jasa*. Edisi ke-1. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Arikunto, Suharsimi. 2008. *Manajemen Penelitian*. Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asnawi, Nur dan Mashyuri. 2011. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-MALIKI PRESS.
- Belmy Info. 2016. *Pengertian Store Atmosphere Menurut Ahli*. <http://googleweblight.com/i?u=http://belmyinfo/pengertian-store-atmosphere-menurut-ahli.html&hl=id-10>, (Diakses 13 Maret 2018 : pk. 12.55)
- Ferdinand, Augusty. 2013. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Foster, Bob. 2008. *Manajemen Ritel*. Edisi ke-1. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Multivariate Dengan Program SPSS 19*. Edisi ke-5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-13. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2016. *Marketing Management*. Edisi ke-15. New Jersey: Person Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Salemba.
- Malhotra. 2009. *Riset Pemasaran*. Edisi ke-4. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-1. Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Mardhotillah, Izzati Choirini. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Baseball Foodcourt Universitas Negeri Surabaya. *Skripsi*. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Nawawi, Hadari. 2010. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: UGM PRESS.
- Nirwana. 2012. *Pemasaran Jasa*. Malang: Alfa Pustaka.
- Priyatno, Duwi. 2010. *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*. Mediakom: Yogyakarta.
- Purnama, Luvi. 2011. Pengaruh *Store Atmosphere* dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Alfamart Cabang Margahayu Bandung. *Skripsi*. Bandung: Universitas Pasundan.
- Riduwan. 2004. *Metode & Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, Etta Mamang. 2016. *Perilaku Konsumen Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Santoso, Singgih. 2010. *Statistik Multivariate*. Jakarta: Gramedia.
- Soedarmayanti. 2014. *Manajemen SDM, Reformasi dan Manajemen Negeri Sipil*. Bandung: Refika Aditama.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2013. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suparyanto dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor: IN MEDIA.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Susanti, Tina. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Waroeng Special Sambal Cabang Tembalang, Semarang). *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Syahputra, Denny Eka. 2015. Pengaruh *Store Atmosphere*, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Ore Premium Store. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Vol.4. No.11.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke-4. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Utami, Christina Whidya. 2010. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Edisi ke-2. Jakarta: Salemba Empat.

Wahyuni, Sri. 2016. Pengaruh Iklan, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati di Institute Perbanas. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*. Institute Perbanas Jakarta. Vol.3. No.1.

Yudiaatmaja, Fridayana. 2013. *Analisis Regresi Dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.



