

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Store atmosphere* pada gerai Starbucks di wilayah Jakarta dapat dikatakan baik. Hal ini berdasarkan hasil analisis statistika deskriptif pada dimensi *General Interior* dengan rata-rata persentase 95% sehingga dikategorikan **baik** (68-100%) yang didukung dengan indikator 5 yaitu “Suhu udara ruang ber-AC di gerai Starbucks membuat nyaman. Sedangkan yang memiliki persentase terendah adalah dimensi *Store Layout* dengan rata-rata persentase 85% sehingga dikategorikan **baik** (68%-100%) yang didukung dengan indikator 8 yaitu “Alur pembelian di gerai Starbucks mudah dipahami”.
2. Keputusan pembelian pada gerai Starbucks di wilayah Jakarta dapat dikatakan baik. Hal ini berdasarkan hasil analisis statistika deskriptif pada dimensi Evaluasi Pasca Pembelian dengan rata-rata persentase 83% sehingga dikategorikan **tinggi** (68%-100%) yang didukung dengan indikator 11 yaitu “Akan merekomendasikan produk Starbucks ke orang lain”. Sedangkan yang memiliki persentase terendah adalah dimensi

Pencarian Masalah dengan rata-rata persentase 52% sehingga dikategorikan **sedang** (34-67%) yang didukung dengan indikator 1 yaitu “Memilih produk Starbucks karena rasanya enak”.

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($5,300 > 1,984$) dan Sig $0,000 < 0,05$ serta *store atmosphere* memiliki pengaruh sebesar 22,3% terhadap keputusan pembelian, dan sisanya sebesar 77,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini, dapat diketahui terdapat 22,3% pengaruh yang diberikan oleh variabel *store atmosphere* terhadap variabel keputusan pembelian. Hal ini berarti pihak Starbucks masih belum memaksimalkan *store atmosphere* nya. Maka dari itu, Starbucks diharapkan untuk terus meningkatkan *store atmosphere* nya yang sudah ada agar konsumen yang melakukan pembelian pada gerai Starbucks terjamin kenyamanannya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebaiknya peneliti selanjutnya yang akan melaksanakan penelitian sejenis dapat memperluas populasi bukan hanya pada masyarakat wilayah

Jakarta saja, hal ini bertujuan untuk mendapatkan hasil yang lebih bervariasi dan lebih akurat.