

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi dari hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat hubungan yang positif antara suasana toko dengan keputusan pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y} = 38.45 + 0.6228X_1$ menunjukkan bahwa setiap satu skor suasana toko (variabel X_1), maka akan mengakibatkan kenaikan satu skor pada keputusan pembelian (variabel Y) sebesar 0,6228 pada konstanta 38,45. Keputusan pembelian ditentukan oleh suasana toko sebesar 38,05% dan sisanya 61,95% ditentukan oleh faktor lain, seperti promosi dan kualitas pelayanan.
2. Terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y} = 45.01 + 0.5403X_2$ menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor kualitas pelayanan (variabel X_2), maka akan mengakibatkan

kenaikan satu skor pada keputusan pembelian (variabel Y) sebesar 0,5403 pada konstanta 45,01. Keputusan pembelian ditentukan oleh kualitas pelayanan sebesar 31,66% dan sisanya 68,34% ditentukan oleh faktor lain, seperti promosi dan suasana toko.

A. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa suasana toko sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Selain itu, faktor kedua yaitu kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan dengan keputusan pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Dengan demikian, hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel keputusan pembelian terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator stimuli internal dan sub indikator diri sendiri, yaitu sebesar 14,72%. Selanjutnya, dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator stimuli internal dan sub indikator pengaruh orang lain (teman), yaitu sebesar 14,62%. Kemudian dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber pribadi dan sub indikator teman, yaitu sebesar 14,30%. Selanjutnya

dimensi evaluasi alternatif dengan indikator memilih antara dua atau lebih alternatif, yaitu sebesar 14,26%. Selanjutnya indikator pencarian informasi dengan indikator sumber pengalaman dan sub indikator pernah membeli, yaitu sebesar 14,16%. Kemudian dimensi pembelian dengan indikator membeli merek yang disukai, yaitu sebesar 14,04%. Selanjutnya indikator pencarian informasi dengan indikator sumber komersial dan sub indikator iklan dan *website*, yaitu sebesar 13,90%.

Dari hasil pengelolaan data, *7-Eleven* Jalan Pemuda seharusnya menaruh perhatian lebih besar pada indikator yang rendah agar dapat dilakukan perbaikan-perbaikan untuk kedepannya, seperti indikator terendah variabel keputusan pembelian, yaitu dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber komersial dan sub indikator iklan, untuk variabel suasana toko indikator terendahnya adalah indikator bagian luar toko (*exterior*) dengan sub indikator pintu masuk dan untuk variabel kualitas pelayanan indikator terendahnya adalah dimensi jaminan (*assurance*) dengan indikator dapat dipercaya. Selain itu, *7-Eleven* Jalan Pemuda harus tetap mempertahankan indikator yang mempunyai skor tertinggi, sehingga keputusan untuk melakukan pembelian dapat terwujud dengan maksimal.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat dalam meningkatkan keputusan pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda, antara lain:

1. *7-Eleven* Jalan Pemuda sebaiknya lebih memperhatikan suasana toko, terutama terutama dalam hal kenyamanan di dalam maupun di luar toko, sehingga dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen untuk dalam melakukan pembelian.
2. *7-Eleven* Jalan Pemuda sebaiknya lebih meningkatkan kualitas pelayanan, terutama pada aspek menolong konsumen dan memberikan pelayanan yang sama terhadap konsumen, sehingga konsumen senang untuk melakukan pembelian.