

## 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 *Matahari Department Store Arion Mall Rawamangun* pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis di Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi  $\hat{Y} = 41,572 + 0,612X_1$  menunjukkan bahwa setiap satu skor suasana toko (variabel  $X_1$ ), maka akan mengakibatkan kenaikan satu skor pada keputusan pembelian (variabel  $Y$ ) sebesar 0,612 pada konstanta 41,572. Keputusan pembelian ditentukan oleh suasana toko sebesar 36,1% dan sisanya 63,9% ditentukan oleh faktor lain.
2. Terdapat hubungan yang positif antara harga produk dengan keputusan pembelian *Matahari Department Store Arion Mall Rawamangun* pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis di Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi  $\hat{Y} = 45,887 + 0,562X_2$  menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor harga produk (variabel  $X_2$ ), maka akan mengakibatkan kenaikan satu skor pada keputusan pembelian (variabel  $Y$ ) sebesar 0,562 pada konstanta 45,887. Keputusan pembelian ditentukan oleh harga produk sebesar 20,9% dan sisanya 79,1% ditentukan oleh faktor lain yaitu kualitas pelayanan.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa suasana toko sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *Matahari Department Store Arion Mall* Rawamangun pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis di Universitas Negeri Jakarta. Selain itu, faktor kedua yaitu harga produk juga berpengaruh positif dan signifikan dengan keputusan pembelian *Matahari Department Store Arion Mall* Rawamangun pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis 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 12,32%. Selanjutnya, dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator stimuli internal dan sub indikator pengaruh orang lain (keluarga), yaitu sebesar 11,03%. Kemudian dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber pribadi dan sub indikator teman, yaitu sebesar 11,22%. Selanjutnya dimensi evaluasi alternatif dengan indikator memilih antara dua atau lebih alternatif, yaitu sebesar 10,13%. Dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber komersial dan sub indikator website, yaitu sebesar 12%. Selanjutnya indikator pencarian informasi dengan indikator sumber pengalaman dan sub indikator pernah membeli, yaitu sebesar 10,25%. Kemudian dimensi pembelian dengan indikator membeli merek yang disukai, yaitu sebesar 9,86%.

Selanjutnya indikator pencarian informasi dengan indikator sumber komersial dan dengan dimensub indikator iklan, yaitu sebesar 11%.

Dari hasil pengelolaan data, *Matahari Department Store Arion Mall* Rawamangun seharusnya menaruh perhatian lebih besar pada indikator yang rendah agar dapat dilakukan perbaikan-perbaikan untuk kedepannya, seperti indikator terendah variabel keputusan pembelian, yaitu dimensi pembelian dengan indikator membeli merek yang disukai, untuk variabel suasana toko indikator terendahnya adalah seragam pramuniaga dan untuk variabel harga produk, indikator terendahnya yaitu harga promosi pada dimensi penyesuaian harga produk. Selain itu, *Matahari Department Store Arion Mall* Rawamangun harus tetap mempertahankan indikator yang mempunyai skor tertinggi, sehingga keputusan untuk melakukan pembelian dapat terwujud dengan maksimal.

### **C. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat untuk meningkatkan keputusan pembelian *Matahari Department Store Arion Mall* Rawamangun, antara lain:

1. *Matahari Department Store Arion Mall* Rawamangun sebaiknya lebih memperhatikan suasana toko, terutama dalam hal seragam pramuniaga, agar *Matahari Department Store* lebih memperhatikan seragam pramuniaga terutama pada kelengkapan atribut yang dikenakan oleh pramuniaga sehingga mudah dikenali oleh konsumen dalam melakukan pembelian.

2. *Matahari Department Store Arion Mall* Rawamangun sebaiknya lebih memperhatikan harga yang diberikan, terutama pada aspek harga diskon. Ketika konsumen merasa harga produk yang diluncurkan terlalu mahal, alangkah baiknya *Matahari Department Store Arion Mall* Rawamangun melakukan event yang dilakukan untuk menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian pada produk yang ditawarkannya.