

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian tentang Pengaruh atmosfer toko (*Store atmosphere*) terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi Pada Toko Buku Togamas) adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa suasana toko secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini ditunjukkan dengan hasil Uji F, di dapat nilai F hitung sebesar 3,459 dan signifikansi pada tingkat 0,004 pada taraf signifikansi 5% ( $p < 0,05$ ). - Hasil tersebut membuktikan bahwa variabel X1, X2 dan X3 bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa untuk variabel X1 yaitu faktor desain pada toko buku Togamas Cabang Malang secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi variabel X1 berupa faktor desain bernilai 0,046 ( $>0,05$ ).

Sedangkan untuk variabel X2 yaitu faktor sosial pada toko buku Togamas Cabang Malang secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dilihat dari nilai signifikansi faktor sosial (X2) bernilai 0,000 ( $< 0,05$ ).

Untuk variabel X3 yaitu faktor ambien pada toko buku Togamas Cabang Malang secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dilihat dari nilai signifikansi X3 bernilai 0,037 ( $< 0,05$ ).

3. Untuk variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian diantara variabel desain, sosial dan ambien adalah variabel sosial. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi variabel sosial (X2) bernilai paling kecil diantara variabel lainnya, yaitu sebesar 0,000.

## 5.2 Saran

Berdasarkan beberapa kesimpulan diatas, maka saran yang dapat peneliti berikan antara lain kepada:

1. Toko Buku Togamas Cabang Malang
  - a. Toko Buku Togamas Cabang Malang sebaiknya selalu meningkatkan atau mempertahankan Atmosfer Toko atau suasana yang ada di dalam toko seperti penataan *layout* yang rapi, pemberian warna dingin pada tembok, komunikasi yang baik antara pegawai toko dengan konsumen, pemberian suhu yang segar, pemberian aroma yang sedap, pencahayaan yang terang serta pemberian musik di dalam Toko Buku Togamas, guna menarik konsumen untuk melakukan kunjungan ke tokonya karena Atmosfer Toko dalam penelitian ini memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 41,4 %.
  - b. Selain memperhatikan Atmosfer di dalam toko, hendaknya Toko Buku Togamas juga memperhatikan pula faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini

guna menarik konsumen, karena faktor lain dalam penelitian ini, mempunyai pengaruh yang cukup besar yaitu sebesar 58,6 %. Faktor lain tersebut seperti lokasi, sifat dan kualitas keragaman, harga, iklan dan promosi, personal penjualan, atribut fisik toko, sifat pelanggan toko, dan pelayanan dan kepuasan setelah transaksi.

## 2. Peneliti Lain di Masa Mendatang

- a. Peneliti menyarankan dalam penelitian selanjutnya agar objek penelitian yang diambil lebih baik, yaitu konsumen perusahaan yang sudah mapan, berusia lama, dan berada di kota-kota besar, tidak berada pada kabupaten ataupun bahkan lingkungan pedesaan.
- b. Apabila peneliti di masa mendatang ingin menggunakan variabel Atmosfer Toko, peneliti menyarankan agar menggunakan variabel kepuasan sebagai variabel terikat atau tanggapan emosional sebagai variabel interveningnya dan Kepuasan atau Keputusan Pembelian Konsumen sebagai variabel terikat.