

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen ritel Oh Some di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh Kesimpulan sebagai berikut:

1. *Store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen ritel Oh Some di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen ritel Oh Some di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen ritel Oh Some di Daerah Istimewa Yogyakarta.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan Kesimpulan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan oleh peneliti pada penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagi Oh Some
 - a) *Store atmosphere* memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Oh Some. Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, Upaya yang sebaiknya dilakukan oleh Oh Some yaitu

memperhatikan pengelolaan pada *store atmosphere* di Oh Some terutama pada penataan jarak gondola dan pembenahan papan nama. Oh Some juga perlu memperhatikan dan menindaklanjuti keluhan-keluhan konsumen yang menyangkut *store atmosphere* yang ada di Oh Some, sehingga konsumen dapat merasakan kenyamanan saat melakukan pembelian dan dapat mendorong keputusan pembelian konsumen.

b) Kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian di Oh Some. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung tidak menjadikan kualitas pelayanan sebagai faktor utama dalam memutuskan untuk berbelanja di Oh Some. Oleh karena itu, Oh Some diharapkan lebih fokus pada faktor lain yang lebih relevan dalam mendorong Keputusan pembelian. Selain itu, Oh Some juga dapat mengevaluasi aspek pelayanan yang paling penting bagi konsumen untuk memastikan bahwa kualitas pelayanan tetap mendukung kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

c) Keragaman produk memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian di Oh Some, berbagai macam produk yang ditawarkan di Oh Some menjadi dorongan bagi konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian di Oh Some, oleh karena itu Oh Some diharapkan terus menjaga dan mempertahankan keragaman produk sebagai upaya menciptakan keputusan pembelian. Oh Some diharapkan membuat inovasi-inovasi produk baru yang akan bisa menambah keragaman

produk yang akan diberikan kepada konsumen untuk meningkatkan keputusan pembelian.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada faktor-faktor lain (52,2%) yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan diharapkan mampu mengeksplorasi lebih jauh aspek permasalahan yang serupa untuk menentukan keputusan pembelian, juga dapat menganalisis faktor-faktor lain yang memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian konsumen pada *departement store*, *supermarket*, maupun jenis ritel lainnya.