BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian dan analisis mengenai pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Sajian Sunda Sambara Bandung, maka penulis mengambil kesimpulan yang ditarik dari hasil penelitian tersebut. Beberapa kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah :

1. Sajian Sunda Sambara memiliki *store atmosphere* yang baik di mata konsumen yang dapat ditunjukan oleh tanggapan konsumen yang sebagian besar menyatakan "setuju" karena nilai rata-rata dari keseluruhan pernyataan adalah sebesar 3,65 yang berada pada interval 3,40 – 4,19. Dilihat dari interval tersebut bisa disimpulkan bahwa *store atmosphere* di Sajian Sunda Sambara Bandung dapat dikatakan baik.
2. Dari hasil analisis mengenai tanggapan konsumen atas keputusan pembelian di Sajian Sunda Sambara Bandung memiliki nilai rata-rata dari keseluruhan pernyataan adalah sebesar 3,57 yang artinya konsumen menyatakan setuju untuk mengambil keputusan pembelian pada Sajian Sunda Sambara karena berada pada interval 3,40 – 4,19.
3. Pengaruh besarnya *store atmosphere* dengan keputusan pembelian di Sajian Sunda Sambara memiliki perhitungan koefisien korelasi *Rank Spearman* yang dihitung dengan menggunakan program SPSS 13.0 maka ditemukan hasilnya sebesar 0,263, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel X (*store atmosphere*) dan variabel Y (keputusan pembelian) terdapat hubungan dan bersifat positif atau hubungannya searah artinya semakin tinggi *store atmosphere* Sajian Sunda Sambara Bandung di mata masyarakat maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian konsumen di Sajian Sunda Sambara Bandung. Tetapi hubungan antara *store atmosphere* dan keputusan pembelian termasuk kategori yang rendah karena berada pada interval 0,20 – 0,399 hal ini disebabkan karena

keputusan pembelian lebih dipengaruhi oleh faktor lain di luar *store atmosphere.*

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mencoba memberikan saran dan masukan yang dapat berguna dan menjadi pertimbangan bagi kemajuan Sajian Sunda Sambara Bandung di masa yang akan datang, diantaranya :

1. Pihak manajemen Sajian Sunda Sambara Bandung harus selalu mengadakan survey rutin terhadap konsumen tentang *store atmosphere* dan faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga diharapkan akan muncul ide-ide baru yang inovatif sesuai dengan harapan kedua belah pihak, yaitu konsumen dan perusahaan.
2. Pihak manajemen Sajian Sunda Sambara Bandung juga harus dapat mempertahankan elemen-elemen *store atmosphere* yang telah dianggap baik pelaksanaannya oleh konsumen seperti pintu masuk dan keluar rumah makan memudahkan anda untuk masuk dan keluar rumah makan, keamanan kendaraan saat parkir terjamin, lokasi rumah makan yang strategis, dan kursi yang tersedia dapat menampung konsumen yang datang, Keamanan kendaraan saat parkir terjamin.
3. Pihak manajemen Sajian Sunda Sambara Bandung juga harus lebih memperhatikan elemen-elemen *store atmosphere* yang menurut responden dalam penelitian kurang baik seperti papan nama rumah makan Sajian Sunda Sambara dengan desain menarik, aroma masakan rumah makan wangi, aroma masakan rumah makan menggugah selera, area rumah makan yang luas, kursi yang tersedia nyaman, gambar dan poster sesuai dengan tema, dan tanda petunjuk kasir dan toilet terlihat menarik.