

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan temuan penelitian yang telah dilaksanakan diketahui serta terbukti bahwa *Store Atmosphere* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen toko buku Gramedia. Pada penelitian ini membuktikan dan menunjukkan bahwa Keberagaman Produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen toko buku Gramedia. Pada penelitian ini membuktikan dan menunjukkan bahwa Lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen toko buku Gramedia. Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini, dapat diketahui dan dibuktikan bahwa *Store Atmosphere* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan Keberagaman Produk dan Lokasi memiliki pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada konsumen toko buku Gramedia.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan dari proses penelitian yang telah dijalani, tentu terdapat hambatan dan keterbatasan pada proses pelaksanaan yang dapat ditemui. Keterbatasan dan hambatan yang terdapat pada proses pelaksanaan penelitian ini yaitu:

1. Dalam proses pengumpulan data penelitian, data-data, dan informasi responden dikumpulkan melalui kuesioner *google form*. Ditambah penelitian ini hanya disebarluaskan menggunakan media sosial saja. Hal ini memungkinkan responden untuk mengisi kuesioner dengan tidak memperlihatkan keadaan yang sebenarnya. Ditambah dengan adanya kriteria responden pada penelitian ini, memungkinkan hasil yang didapatkan tidak mencerminkan keberagaman populasi secara keseluruhan.
2. Penelitian hanya dilakukan dengan beberapa variabel saja yaitu *store atmosphere*, keberagaman produk, dan lokasi, sehingga tidak sepenuhnya

menunjukkan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Adanya beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, seperti harga, citra merek, promosi, dan lainnya.

5.3 Saran

Dari hasil serta simpulan yang ada pada penelitian mengenai variabel *store atmosphere*, keberagaman produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada toko buku Gramedia, maka peneliti bisa memberi saran terhadap pihak-pihak tertentu yang terlibat.

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko buku Gramedia. Peneliti memberikan saran untuk Gramedia dapat terus berupaya menstabilkan dan meningkatkan suasana toko yang baik dengan beberapa indikator Tata Letak, Pencahayaan, Temperatur, Musik, dan Aroma. Dengan begitu, konsumen dapat menikmati kenyamanan kegiatan didalam toko yang diharapkan dapat mendorong keputusan pembelian konsumen tersebut.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberagaman produk signifikan terhadap keputusan pembelian di toko buku Gramedia. Dengan menjual produk yang beranekaragam di toko buku Gramedia, maka peneliti memberikan saran agar Gramedia perlu memperhatikan ketersediaan, kelengkapan, dan kebutuhan juga keinginan konsumen. Produk yang selalu tersedia dan selalu *up to date* akan membuat konsumen tidak segan untuk terus berkunjung baik untuk melihat-lihat maupun melakukan pembelian.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di toko buku Gramedia. Lokasi toko buku Gramedia yang strategis, mudah ditemukan, dan menarik perhatian merupakan kelebihan dari Gramedia, dikarenakan hal tersebut dapat membuat konsumen ingin berkunjung atau bahkan ingin melakukan pembelian pada toko buku Gramedia. Peneliti memberikan saran agar toko Gramedia lebih mengoperasikan jalanan, parkir, dan komposisi baik dalam toko maupun luar toko agar terlihat lebih menarik yang tentunya membuat konsumen nyaman untuk datang ke toko dan melakukan transaksi.

Lalu peneliti dapat menyarankan agar toko buku Gramedia dapat menerapkan dan meningkatkan kualitas toko buku yang layak agar konsumen merasa ingin melakukan pembelian dan dapat meningkatkan keputusan pembelian dengan demikian toko buku Gramedia dapat terus beroperasi. Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh (Wikantari, 2022) Keputusan pembelian memberi keuntungan pada sebuah bisnis dengan meningkatkan penjualan, memperluas pasar, dan membantu pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif bagi bisnis tersebut.

Seiring berkembangnya zaman juga penulis menyarankan toko buku khususnya Toko Buku Gramedia untuk meningkatkan kembali *website* atau situs *online* yang dimiliki. Hal ini dikarenakan dengan kemudahan yang dapat dilakukan konsumen seperti mencari buku, lokasi dimana buku dijual, tersedia atau tidak tersedianya buku, dan lain sebagainya dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.