

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 3.8 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan analisis data dari penelitian mengenai konsumen Toko Buku Gramedia di Bekasi, dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel *store atmosphere & brand image* berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Bukti dari pengaruh tersebut dapat dilihat melalui pengujian Uji F, di mana hasil  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel dan  $\text{sig} < 0.05$ , besarnya *store atmosphere* ( $X_1$ ) maupun *brand image* ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) mencapai 55,0%. Sisa 45% dipengaruhi variabel lain.
2. *Store Atmosphere* berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Bukti pengaruh ini dapat dilihat melalui pengujian Uji  $t$ , di mana  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel dan  $\text{sig} < 0,05$ . Besarnya pengaruh *store atmosphere & brand image* ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian adalah 0,477 atau 47%. Sisa 53% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
3. Variabel *brand image* berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut dapat dibuktikan dengan pengujian Uji  $t$ , hasilnya  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel maupun  $\text{sig} < 0.05$ . Besarnya pengaruh variabel *store atmosphere* ( $X_1$ ) maupun *brand Image* pada keputusan pembelian dengan 0,477 sisa 53% dari variabel lain.

### 3.9 Saran

Berdasarkan pengolahan data diatas, maka yang dapat penulis sarankan untuk Toko Buku gramedia sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, *store atmosphere* ( $X_1$ ) maupun *brand image* ( $X_2$ ) memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai 5,50. Toko Gramedia perlu ditingkatkan lagi *store atmosphere* dan *brand image* dengan meningkatkan suasana toko agar menjadi lebih menarik bagi konsumen & mempertahankan citra baik di mata konsumen.
2. Variabel *store atmosphere* ( $X_1$ ) memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y), yang menunjukkan bahwa kenyamanan dalam menikmati *store atmosphere* di Toko Gramedia memiliki nilai 4,77. Pihak Gramedia perlu membenah fasilitas toko seperti penataan lahan parkir dan tata ruangan toko.
3. Variabel *brand image* ( $X_2$ ) berdampak baik pada keputusan pembelian (Y). Dari hasil nilai 4,28 menunjukkan Gramedia memiliki reputasi baik sebagai toko buku terbesar di Indonesia. Gramedia perlu diharapkan untuk meningkatkan strategi yang tepat mempromosikan produk dan aktif mengadakan acara literasi kepada masyarakat melalui kerjasama dengan komunitas, lembaga, atau *public figure* yang dapat mempertahankan citra perusahaan yang baik dimata konsumen.