

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Dari hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini serta sesuai dengan tujuan penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa ketiga variabel *independent* yakni kualitas produk, *store atmosphere* dan lokasi memiliki nilai positif. Artinya, semakin baik kualitas produk, *store atmosphere* dan lokasi maka keputusan pembelian produk fashion di Palembang akan semakin tinggi.
2. Variabel kualitas produk berpengaruh paling tinggi yakni sebesar 0.435 terhadap keputusan pembelian produk fashion di Palembang. Sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar konsumen menyatakan bahwa kualitas produk fashion yang baik akan semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
3. Variabel lokasi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sebesar 0.197, dimana sebagian konsumen menyatakan bahwa produk fashion memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau akan semakin mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk fashion.
4. Variabel *store atmosphere* mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0.114, dimana sebagian konsumen menyatakan bahwa semakin baik *store*

*atmosphere* yang diciptakan yakni bisa dari pencahayaan, suasana, tema, musik, penataan, interior dan lainnya dapat semakin mempengaruhi keputusan pembelian produk fashion di Palembang.

5. Hasil uji F, secara simultan ketiga variabel *independent* yaitu kualitas produk, *store atmosphere*, dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.
6. Untuk pengujian koefisien determinasi nilai R sebesar 0.751 dengan nilai *Adjusted R Square* 0.551 (55,1%) yang artinya sebesar 55,1% variabel kualitas produk, *store atmosphere* dan lokasi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sedangkan 44.9% keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibahas, dapat dikemukakan beberapa saran yang di harapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lainnya. Dalam variabel *store atmosphere* mendapatkan skor penilaian lebih rendah dibandingkan dengan variabel kualitas produk. Hal yang dapat dilakukan untuk upaya meningkatkan variabel *store atmosphere* dengan memperbaiki kondisi bangunan dan menambah *interior* agar konsumen semakin tertarik untuk berkunjung dan berlama-lama di dalam distro, melakukan pengecekan terhadap lampu-lampu, *audio* musik, pendingin udara, pengharum ruangan agar berfungsi dengan baik serta adanya petunjuk sehingga mempermudah kosumen mencari barang.

Dalam variabel lokasi, aspek kelancaran akses menuju lokasi mendapat skor penilaian lebih rendah dibandingkan dengan kualitas produk. Hal tersebut menunjukkan bahwa akses jalan menuju lokasi ke beberapa distro harus menjadi fokus yang dipertimbangkan dalam memilih lokasi outlet, karena akses jalan yang lancar akan memudahkan konsumen mengunjungi distro. Oleh karena itu, hendaknya pihak manajemen distro memilih lokasi yang banyak dilalui kendaraan umum dan di pusat perbelanjaan seperti lokasi di Jl. Kol Atmo, dempo dan lainnya. Apabila lokasi distro kurang strategis, dapat di dilakukan promosi yakni dengan melalui media sosial dan membagikan brosur untuk menarik konsumen untuk berkunjung dengan menawarkan produk yang unik dan suasana yang menarik sebagai daya pikatnya. Bisa juga dengan memasang papan nama yang cukup besar sehingga apabila orang lewat dapat menyadari keberadaan distro.

### **C. Implikasi Manajerial**

Berdasarkan kesimpulan, dapat dikemukakan beberapa Impikasi manajerial yang dapat dilakukan:

1. Berdasarkan simpulan yang telah dibahas sebelumnya maka dinyatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk fashion di Palembang, sehingga hal yang dapat dilakukan antara lain dalam meningkatkan kualitas produk yakni dengan memastikan produk menggunakan bahan yang nyaman dipakai dan tidak mudah rusak. Bahan yang dapat dipakai bisa mulai dari

kaos berkualitas karena bahan kaos yang berkualitas baik memiliki ketebalan yang baik yakni tidak terlalu tebal dan tidak terlalu tipis serta tidak membesar jika dicuci.

2. Berdasarkan simpulan yang telah dibahas sebelumnya maka dinyatakan bahwa variabel *store atmosphere* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk fashion di Palembang, maka hal yang perlu dilakukan untuk meningkatkan variabel *store atmosphere* yakni dengan mendesain toko sesuai tema yang diinginkan dan usahakan tema tersebut berkaitan dengan produk yang jual. Tema juga sebaiknya berbeda dari toko lainnya sehingga menunjukkan ketertarikan para calon konsumen untuk berkunjung. Memutar musik yang enak didengar juga salah satu cara yang cukup baik dalam menarik minat konsumen untuk berkunjung. Serta yang terpenting usahakan toko memiliki penataan yang rapi dan terorganisasi sehingga mudah bagi konsumen mencari produk yang diinginkannya. Kesejukan toko juga salah satu faktor penting.

Berdasarkan simpulan yang telah dibahas sebelumnya maka dinyatakan bahwa variabel lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk fashion di Palembang, maka untuk meningkatkan variabel lokasi para penjual dapat memilih lokasi yang strategis seperti di mall, apabila lokasinya sudah di mall, para penjual dapat memilih lokasi yang sering dilewati pengunjung seperti lokasi disepanjang *escalator* yang pasti selalu dilewati oleh pengunjung. Lokasi di daerah khusus menjual barang fashion juga merupakan lokasi yang bagus walaupun terdapat banyak pesaing tetapi untuk konsumen yang khusus

mencari produk fashion akan cenderung mengunjungi lokasi yang menjual banyak barang fashion terlebih dahulu dibandingkan lokasi lainnya.