

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis data dan evaluasi Pengaruh Persepsi Harga dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian maka penulis menarik kesimpulan dan saran yang mungkin dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam upaya meningkatkan kerja dimasa yang akan datang.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menyatakan hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti yaitu “Pengaruh persepsi harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Alfamidi Cabang Iskandar Muda Medan”. Hubungan antara permintaan dan harga jual biasanya berbanding terbalik yaitu makin tinggi harga, makin kecil jumlah permintaan demikian pula sebaliknya. Bila Alfamidi Iskandar Muda menginginkan agar keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dapat meningkat, maka pihak Alfamidi perlu memahami kepekaan konsumen terhadap harga.
2. Variabel Suasana Toko berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menyatakan hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti yaitu “Suasana Toko secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Alfamidi Cabang Iskandar Muda

Medan”. Dengan pengelolaan suasana toko yang baik pada Alfamidi Cabang Iskandar Muda Medan akan menciptakan pengalaman belanja yang nyaman dan menyenangkan, sehingga konsumen akan memberikan persepsi baik terhadap suasana toko dan semakin besar dorongan untuk melakukan pembelian di toko tersebut.

3. Berdasarkan Uji F dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel bebas Persepsi Harga dan Suasana Toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menyatakan hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti yaitu persepsi harga dan suasana toko secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Alfamidi Cabang Iskandar Muda Medan telah di uji dan terbukti dapat diterima kebenarannya. Hal ini terjadi karena ketika Alfamidi Cabang Iskandar Muda menawarkan harga yang murah maka keputusan pembelian akan semakin meningkat. Semakin baik pengelolaan suasana toko pada Alfamidi Cabang Iskandar Muda Medan akan mendorong keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mengemukakan beberapa saran, yaitu:

1. Bagi Pihak Perusahaan
 - a. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa penilaian responden terhadap variabel persepsi harga, berada pada kategori sedang, namun masih ada yang ada yang memberikan penilaian dengan skor terendah

pada setiap indikator. Oleh karena itu, pihak Alfamidi Cabang Iskandar Muda disarankan untuk selalu memonitor harga yang ditetapkan, agar harga tersebut tidak mahal dan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan, sehingga semakin tepat perusahaan dalam menentukan harga yang disesuaikan dengan kualitas pelayanan, maka diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian.

- b. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa penilaian responden terhadap variabel suasana toko berada pada kategori sedang, namun masih ada yang ada yang memberikan penilaian dengan skor terendah pada pernyataan seperti aroma. Alfamidi Iskandar Muda disarankan sebaiknya lebih memperhatikan lagi aroma dalam toko dengan menggunakan pewangi ruangan agar konsumen nyaman pada saat berbelanja.
- c. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa penilaian responden terhadap variabel suasana toko berada pada kategori sedang, namun masih ada yang ada yang memberikan penilaian dengan skor terendah pada pernyataan tentang wawasan karyawan Alfamidi. Oleh karena itu karyawan Alfamidi Iskandar Muda harus mengetahui tentang produk yang mereka jual, dan mereka harus mengetahui tata letak setiap produk yang dijualnya.

2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Persepsi Harga dan Suasana Toko mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 14,1%, ini berarti sebanyak 85,9% dipengaruhi oleh faktor lain. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya menambah variabel- variabel lain yang dapat diperhatikan dari Alfamidi Cabang Iskandar Muda, seperti pengaruh faktor lokasi, pengaruh promosi penjualan, kualitas pelayanan dan lain- lain. Sehingga tidak hanya sebatas variabel persepsi harga dan suasana toko yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen melainkan peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel lainnya guna menambah pengetahuan pembaca.

