

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

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

1. Pengaruh Promosi Penjualan dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian pada Kampung Kuliner Binjai, dapat disimpulkan bahwa secara parsial Promosi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Kampung Kuliner Binjai. Hal ini menyatakan hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti yaitu “ Pengaruh Promosi Penjualan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Kampung Kuliner Binjai” telah diuji dan terbukti dapat diterima kebenarannya.
2. *Store Atmosphere* secara parsial juga menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Kampung Kuliner Binjai. Hal ini menyatakan hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti yaitu “*Store Atmosphere* secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Kampung Kuliner Binjai” telah di uji dan terbukti dapat diterima kebenarannya.
3. Pengaruh Promosi Penjualan dan *Store Atmosphere* secara bersama- sama (simultan) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Kampung Kuliner Binjai telah di uji dan terbukti dapat diterima kebenarannya.

5.2.1 Saran

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

1. Bagi Pihak Kampung Kuliner Binjai

Kampung Kuliner Binjai sebaiknya memperhatikan Promosi Penjualan yaitu, memberikan informasi yang jelas mengenai promosi pada event tertentu.

Kampung Kuliner Binjai juga harus memperhatikan *Store Atmosphere* yaitu berhubungan suasana *Outdoor* sebaiknya mengubah ukuran tenda payung sehingga konsumen terlindung dari terik matahari dan turunnya hujan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya menambah variabel- variabel lain yang dapat diperhatikan dari Kampung Kuliner Binjai tersebut, seperti pengaruh faktor lokasi, kualitas pelayanan, dan lain- lain. Sehingga tidak hanya sebatas variabel Promosi Penjualan dan *Store Atmosphere* yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen melainkan peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel- variabel lainnya guna menambah pengetahuan pembaca.