

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Lokasi berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian produk Pada Toko Rapexga Store Rantau Prapat.
2. *Store Atmosphere* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian produk Pada Toko Rapexga Store Rantau Prapat.
3. Hasil uji F Lokasi dan *Store Atmosphere* secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian produk Pada Toko Rapexga Store Rantau Prapat.

4.2 Saran

1. Untuk meningkatkan keputusan pembelian produk melalui lokasi terkhususnya untuk lahan parkir pada toko rapexga store diharapkan pemilik usaha dapat bekerjasama dengan pihak suzuya mall untuk menerapkan sistem Compact Motor Storage guna memudahkan dan menguntungkan kedua belah pihak baik dari segi lahan dan juga pembiayaan. Sistem ini berbentuk rak bersusun dengan lift barang sehingga bisa menyimpan lebih banyak motor di atas lahan sempit karena itu para pengunjung tidak perlu takut kendaraannya kehujanan, kepanasan dan dengan fasilitas keamanan yang dapat menjadi keunggulan dari sistem ini. Dengan fasilitas yang tersedia dengan baik akan mendorong datangnya pengunjung jauh lebih banyak dari sebelumnya.
2. Untuk meningkatkan keputusan pembelian produk melalui lokasi yang tidak strategis pada toko rapexga store diharapkan pemilik usaha dapat memberikan perubahan pada

tampilan ataupun dekorasi toko terutama plang toko menjadi lebih menarik dan modern. Selanjutnya dapat menggunakan strategi pemasaran yang tepat, karena meskipun lokasi usaha tidak terletak di lokasi yang strategis, tetapi jika pemilik usaha dapat menggunakan strategi pemasaran yang tepat, hal tersebut tetap dapat menarik pelanggan potensial datang ke toko. Contohnya dengan menggunakan media sosial dan situs web untuk mempromosikan produk yang dijual dan dapat membuat program loyalitas atau menawarkan diskon khusus kepada pelanggan yang berkunjung ke toko rapexga store.

3. Untuk meningkatkan keputusan pembelian produk melalui *store atmosphere* untuk kesulitan akses masuk pada toko rapexga store diharapkan pemilik usaha dapat mengatur arus keluar masuk toko dengan membuat dua pintu yang berbeda untuk akses masuk dan akses keluar. Dimana pengunjung toko akan merasa nyaman karena toko yang lebih teratur dan aman. Selain itu juga, pihak rapexga store juga dapat mengatur kesesuaian suhu yang ada pada toko agar meskipun area toko tidak terlalu luas namun tetap dapat membuat nyaman para konsumen.
4. Untuk meningkatkan keputusan pembelian produk karena masih adanya keraguan konsumen untuk mengunjungi toko diharapkan pemilik usaha dapat melakukan penawaran yang *powerfull* (yakin dan percaya diri) dengan menunjukkan kuliats dan kelebihan dari produk yang dijual, memberikan contoh produk untuk meyakinkan konsumen, dan memberikan harga yang sesuai dengan batas kemampuan dari pengunjung toko rapexga store.
5. Pada penelitian ini pengaruh Lokasi dan *Store Atmosphere* mendapatkan nilai R-square (R^2) tergolong tinggi yaitu 47,6% dan sisanya sebesar 52,4% disebabkan oleh variabel lain selain yang diteliti dalam penelitian ini, seperti variabel Promosi Produk,

Kualitas Produk, Dan Layanan Pelanggan. Oleh karena itu peneliti mengusulkan penyelidikan yang lebih rinci dengan menambahkan atau mengganti variabel independen mengenai keputusan pembelian.

