

BAB V

SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dengan menggunakan uji regresi linier berganda, dan dijalankan melalui program SPSS versi 16.0, dimana untuk menguji 4 hipotesis dengan objek *distro 308 absolute unscared* yogyakarta pada penelitian ini, yang meliputi *store atmosphere*, kualitas persepsian produk, persepsi harga, terhadap keputusan pembelian konsumen, *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen, kualitas persepsian produk terhadap keputusan pembelian konsumen, persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. *Store atmosphere*, kualitas persepsian produk, dan persepsi harga memiliki pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. *Store atmosphere* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Kualitas persepsian produk tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
4. Persepsi harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

B. Keterbatasan Peneliti

Pada penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih banyak terdapat keterbatasan pada penelitian ini, yang meliputi:

1. Pada penelitian ini, peneliti hanya menggunakan variabel *store atmosphere*, kualitas persepsian produk, dan persepsi harga. Disisi lain masih banyak variabel yang bisa diteliti untuk mengukur keputusan pembelian konsumen.
2. Pada penelitian ini, peneliti hanya meneliti di *distro 308 absolute unscared* yogyakarta, mungkin untuk penelitian selanjutnya bisa menggunakan objek yang lain, sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih baik lagi.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran dan masukan yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. *308 Absolute Unscared*

Bagi pihak *308 Absolute Unscared* sebaiknya tetap mempertahankan *store atmosphere*, harga yang ditawarkan dan lebih meningkatkan lagi kualitas produk, sehingga diharapkan membuat kosumen merasakan puas dan tercipta hubungan yang baik antara konsumen terhadap pihak *308 Absolute Unscared* yogyakarta.

2. Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, peneliti memberikan saran sebaiknya dalam melakukan penelitian bisa menambah variabel baru seperti lokasi dan promosi sebagai variabel untuk mengukur hubungan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Variabel yang sudah ada dalam model penelitian juga bisa dijadikan untuk menambah hipotesis secara keseluruhan seperti variabel *store atmosphere*, kualitas persepsian produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

