

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan, maka diambil kesimpulan:

1. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi $(0.004) < 0.05$. maka H1 diterima.
2. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel *Store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi $(0.000) < 0.05$. maka H2 diterima.
3. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi $(0.000) < 0.05$. maka H3 diterima.
4. Berdasarkan uji hipotesis secara simultan (uji f) menunjukkan bahwa variabel yaitu *Brand image*, *Store atmosphere*, dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi $(0.000) < 0.05$. maka hipotesis kelima diterima

5.2 Saran

1. Berdasarkan pada variabel *Brand image* terdapat aspek yang harus lebih diperhatikan oleh House of Smith untuk meningkatkan keputusan pembelian, yaitu sebaiknya pemilik House of Smith lebih memperhatikan desain logo Smith agar di desain dengan tampilan yang simpel dan berkelas.
2. Berdasarkan pada variabel *Store atmosphere* terdapat aspek yang harus lebih diperhatikan oleh House of Smith untuk meningkatkan keputusan pembelian, yaitu sebaiknya pemilik House of Smith lebih memperhatikan kenyamanan konsumen pada saat berbelanja dengan menata ulang rak-rak yang ada di toko.
3. Berdasarkan pada variabel Harga terdapat aspek yang harus lebih diperhatikan oleh House of Smith untuk meningkatkan keputusan pembelian, yaitu sebaiknya pemilik House of Smith mempertimbangkan harga produknya agar sesuai dengan kualitas produk yang dijualnya. Ataupun menggunakan bahan baku yang lebih baik dari saat ini.
4. Berdasarkan pada variabel Keputusan Pembelian terdapat aspek yang harus lebih diperhatikan oleh House of Smith, yaitu sebaiknya pemilik House of Smith memilih pemasok yang terpercaya agar kualitas produk yang dijual bagus sehingga tidak mengecewakan konsumen dan meningkatkan pembelian.
5. Bagi peneliti selanjutnya untuk peneliti yang akan dilakukan di masa mendatang sebaiknya menambahkan variabel lain seperti kualitas

pelayanan, referensi grup, sosial budaya atau mengembangkan dengan skala yang lebih besar dan faktor-faktor lainnya yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga penelitian yang akan mendatang menghasilkan penelitian yang lebih lengkap.