

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh *store atmosphere*, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi pada minimarket Doremi di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung), maka dari bagian akhir penelitian ini menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *store atmosphere* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen minimarket Doremi di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.
2. Variabel keragaman produk secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen minimarket Doremi di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.
3. Variabel harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen minimarket Doremi di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.
4. Variabel *store atmosphere*, keragaman produk, dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen minimarket Doremi di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.

## B. Saran

Dari kesimpulan dalam penelitian ini maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

### 1. Bagi Akademik

Semoga penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan dokumentasi dalam acuan penelitian yang akan datang selain jurnal dan buku yang sudah ada.

### 2. Bagi Pihak Minimarket Doremi Tulungagung

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat digunakan sebagai tolak ukur manajemen untuk meningkatkan kualitas minimarket guna menarik minat lebih banyak konsumen untuk memutuskan berbelanja di minimarket Doremi serta dapat mempertahankan serta meningkatkan kualitas *store atmosphere* dengan cara menambahkan aroma *parfume* sebagai aroma terapi di dalam toko yang tidak terlalu menyengat dan terasa lebih segar, serta penataan ruang yang sistematis agar tidak mengganggu mobilitas pengunjung. Kemudian terkait keragaman produk lebih di perbanyak lagi variasi macam produk agar mampu memenuhi kebutuhan konsumen dan konsumen tidak perlu berpindah-pindah ritel untuk mencari produk yang mereka inginkan serta menyediakan stok barang agar selalu ada, dan terkait penetapan harga sebaiknya pihak manajemen memberikan harga yang tepat dan bersaing agar jumlah konsumen yang berbelanja terus bertambah, karena harga merupakan salah satu faktor yang sangat penting karena sifatnya sensitif bagi konsumen, pada umumnya yang terjadi pada konsumen yaitu selisih sedikit saja harga produk dari ritel

satu dengan ritel yang lain dapat mempengaruhi konsumen untuk beralih ke ritel yang lain.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari atau menambah variabel lain misalnya kualitas pelayanan, lokasi, dan lain sebagainya yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dan penambahan variabel atau indikator baru perlu dilakukan dalam penelitian yang akan datang agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang masalah penelitian yang sedang diteliti.