

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh promosi penjualan dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Adiksi Coffee. Berdasarkan analisis serta pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel promosi penjualan (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat promosi penjualan yang diterapkan oleh Adiksi Coffee maka semakin meningkat pula keputusan pembelian.
2. Variabel *store atmosphere* (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin baik *store atmosphere* yang diterapkan oleh Adiksi Coffee maka keputusan pembelian akan semakin meningkat.
3. Variabel promosi penjualan (X1) dan *store atmosphere* (X2) memiliki pengaruh secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian. Artinya dengan menerapkan promosi penjualan yang baik dan didukung suasana toko dalam hal ini suasana cafee oleh Adiksi Coffee, maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi dan referensi mengenai promosi penjualan, *store atmosphere* dan keputusan pembelian untuk memungkinkan penelitian selanjutnya baik yang bersifat melanjutkan penelitian yang sama maupun untuk melengkapi penelitian yang akan datang.
2. Diharapkan bermanfaat bagi Adiksi Coffee dalam meningkatkan strategi pemasaran dalam memasarkan produk agar banyak diminati oleh banyak

konsumen. Adiksi Coffee Pangkalpinang hendaknya memperhatikan promosi penjualan dan store atmosphere karena variabel ini berpengaruh positif dan signifikan. Semuanya harus dijalankan secara seimbang untuk menarik minat konsumen yang lebih banyak dan melakukan keputusan pembelian di Adiksi Coffee.

