

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dalam penelitian ini, maka peneliti melakukan kesimpulan dari hasil yang telah diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Store Atmosphere (X1) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Warung Update di Bandar Lampung.
2. Harga (X2) Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Warung Update di Bandar Lampung.
3. Sales Promotion (X3) Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Warung Update di Bandar Lampung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dalam penelian inis serta pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan peneliti kepada pihak manajemen Warung Update di Bandar Lampung adalah sebagai berikut :

1. Warung Update di Bandar Lampung sebaiknya harus terus meningkatkan *Sales Promotion* untuk tetap menjaga kepuasan kepada konsumen. Hal tersebut perlu dilakukan dalam mempertahankan serta meningkatkan Keputusan Pembelian yang sesuai dengan keinginan dan harapan kafe tersebut.
2. Warung Update terus melakukan kegiatan promosi penjualan (*Sales Promotion*) dengan media yang selama ini digunakan. Disamping itu juga perlu dipertimbangkan untuk melakukan promosi yang lebih bervariasi tetapi dengan biaya promosi yang tidak terlalu besar. Misalnya dengan cara memberikan diskon atau harga paket dan garansi untuk setiap pembelian

produk.

3. Dalam upaya mendorong pembelian kembali di Warung Update di Bandar Lampung maka manajemen disarankan untuk memperhatikan aspek-aspek promosi dan kualitas layanan yang dinilai belum optimal oleh konsumen. Pada aspek promosi, Warung Update di Bandar Lampung dapat lebih sering memberikan kupon diskon yang menarik di hari-hari tertentu seperti hari raya, hari ulang tahun pelanggan, dan berbagai promo menarik lainnya untuk menarik minat pelanggan berkunjung kembali.
4. Pada aspek keputusan pembelian kembali, kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan Warung Update di Bandar Lampung perlu lebih didorong melalui program giveaway atau pemberian insentif khusus bagi pelanggan yang merekomendasikan Warung Update Bandar Lampung di media sosialnya.
5. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk melakukan penelitian lain, selain dari variabel independen Store Atmosphere dan Harga mempengaruhi variabel dependen, Keputusan Pembelian, agar dapat mengetahui serta melengkapi hasil dari penelitian ini, karena masih banyak terdapat variabel independen dan variabel dependen lain, diluar dari variabel dalam penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi Keputusan Pembelian khususnya pada Warung Update di Bandar Lampung.

