

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil dari penelitian & pembahasan “Pengaruh *Store atmosphere* dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Surya Inti Putra (SIP) SOETTA Kota Probolinggo”. Yang sudah diuji oleh peneliti, maka bisa ditarik kesimpulan bahwa:

1. Berdasarkan dari hasil pengujian secara parsial (t) menunjukkan yaitu ada pengaruh signifikan antara variable *store atmosphere* (X_1) dan variabel bauran pemasaran (X_2) pada variabel keputusan pembelian (Y) terhadap PT. Surya Inti Putra (SIP) SOETTA Kota Probolinggo. Berdasarkan juga dari hasil uji secara parsial (t) menunjukkan hasil bahwa variabel *store atmosphere* (X_1) $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,047 > 2,034$) dan hasil signifikansi $0,049 < 0,05$. Sedangkan variabel bauran pemasaran (X_2) dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,889 > 2,034$) dan hasil signifikansi $0,007 < 0,05$.
2. Berdasarkan dari hasil pengujian secara simultan (F) menunjukkan yaitu *store atmosphere* & bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan nilai F hitung sebesar $32,075 > 3,34$ dengan tingkat probabilitasnya $0,000 < 0,05$.
3. Berdasarkan hasil pengujian secara dominan (*standardized coefficients beta*) menunjukkan hasil yaitu bauran pemasaran (X_2) berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Surya Inti Putra (SIP) SOETTA Kota Probolinggo.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil pembahasan, kesimpulan dan pengujian diatas, maka penguji memperoleh suatu data dan hasil dengan saran yaitu:

1. Berdasarkan hasil pengujian diatas bahwa variabel *store atmosphere* dan bauran pemasaran menjadi faktor pengaruh keputusan pembelian konsumen. Maka dari itu pihak PT. Surya Inti Putra (SIP) SOETTA Kota Probolinggo perlu memperhatikan suasana toko yang lebih baik dalam hal penataan/pemajangan suatu barang untuk dapat mempromosikannya baik secara langsung ataupun tidak langsung.
2. Berdasarkan dari hasil pembahasan dan penelitian diatas maka dapat disimpulkan yaitu variabel bauran pemasaran lebih berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen. Pihak PT. Surya Inti Putra (SIP) SOETTA Kota Probolinggo diharapkan harus lebih memperhatikan variabel Bauran Pemasaran, karena terdapat indikator – indikator penting yang sangat bisa untuk dapat mempengaruhi pelanggan dalam melakukan suatu keputusan pembelian konsumen agar dapat meningkatkan target penjualan yang sudah ditetapkan oleh perusahaan.