

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Santana Resto Kuningan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian. Artinya semakin tinggi *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk maka akan semakin tinggi Keputusan Pembelian.
2. *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Artinya semakin baik *Store Atmosphere* maka akan semakin meningkatkan Keputusan Pembelian pada Santana Resto Kuningan.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Artinya semakin baik Kualitas Pelayanan maka akan semakin meningkatkan Keputusan Pembelian pada Santana Resto Kuningan.
4. Keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Artinya semakin beraneka ragam produk maka akan semakin meningkatkan Keputusan Pembelian pada Santana Resto Kuningan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan
 - a. Berdasarkan hasil analisis deskriptif jawaban responden variabel *Store Atmosphere* indikator Pencahayaan pada pernyataan kuesioner dengan skor terendah, dengan ini diharapkan perusahaan dapat memberikan lebih di pencahayaan ruangan pada Santana Resto Kuningan sehingga dapat meningkatkan daya tarik konsumen..
 - b. Berdasarkan hasil analisis deskriptif jawaban responden variabel Kualitas Pelayanan indikator Kesadaran pada pernyataan kuesioner dengan skor terendah, dengan ini diharapkan perusahaan dapat menanggapi dengan cepat, senantiasa waspada dan peka terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen.
 - c. Berdasarkan hasil analisis deskriptif jawaban responden variabel Keragaman Produk indikator Ukuran Produk pada pernyataan kuesioner dengan skor terendah, dengan ini diharapkan perusahaan dapat memberikan beberapa pilihan ukuran produk, sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menentukan pilihan produk.
2. Bagi penelitian selanjutnya
 - a. Diharapkan penelitian ini menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dan sebagai sumbang asih ilmu manajemen pemasaran serta untuk menambahkan variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.