

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah ditemukan dalam penelitian di lapangan dan setelah diolah tentang pengaruh *brand equity*, *store atmosphere* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Distro Setal Pangkalpinang dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Hasil dari penelitian ini adalah dari variabel *brand equity*, *store atmosphere* dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan hipotesis semuanya diterima. Dari ketiga variabel tersebut yang paling tinggi pengaruhnya adalah *brand equity* didapatkan dari hasil analisis regresi berganda, koefisien variabel *brand equity* yakni sebesar 0.278, variabel kualitas produk sebesar 0.266 dan variabel *store atmosphere* yang koefisien nya terendah yakni sebesar 0.097.
- b. Hasil penelitian deskriptif disimpulkan bahwa *brand equity*, *store atmosphere*, kualitas produk dan keputusan pembelian dikategorikan tinggi, artinya semua variabel penelitian sudah baik. Penerapan *brand equity* sudah baik mudah diingat dan simpel, *store atmosphere* yang diterapkan juga sudah baik tertata rapi dan menarik, kualitas produk juga sudah baik mampu bersaing dengan produk sejenis dan keputusan pembelian sudah baik dengan banyaknya pelanggan Distro Setal

Pangkalpinang. Hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata yang dihasilkan variabel *brand equity* sebesar 3.95, skor rata-rata variabel *store atmosphere* sebesar 3.72, skor rata-rata variabel kualitas produk sebesar 3.97, skor rata-rata variabel keputusan pembelian sebesar 4.00. Sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini ditolak.

- c. *Brand equity* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Distro Setal Pangkalpinang. Didapat dari hasil t hitung sebesar 4.043 lebih besar dari t tabel 1.9720 dan dengan signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0.05. Hal ini berarti bahwa *brand equity* mempunyai peranan dalam keputusan pembelian pada Distro Setal Pangkalpinang.
- d. *Store atmosphere* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Distro Setal Pangkalpinang. Didapat dari hasil t hitung sebesar 2.834 lebih besar dari t tabel 1.9720 dan dengan signifikansi sebesar 0.007 lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0.05. Hal ini berarti bahwa *store atmosphere* mempunyai peranan dalam keputusan pembelian pada Distro Setal Pangkalpinang.
- e. Kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Distro Setal Pangkalpinang. Didapat dari hasil t hitung sebesar 4.738 lebih besar dari t tabel 1.9720 dan dengan signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0.05. Hal ini berarti bahwa kualitas produk mempunyai peranan dalam keputusan pembelian pada Distro Setal Pangkalpinang.

- f. Hasil pengujian secara bersama-sama menunjukkan bahwa *brand equity*, *store atmosphere* dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Distro Setal Pangkalpinang. Hasil perhitungan, didapat  $f$  hitung sebesar 118.176 dan kemudian dibandingkan dengan  $f$  tabel yaitu 2.650 berarti  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel, dan nilai signifikasinya adalah  $0.000 <$  taraf signifikansi 0.05. Sehingga semakin tinggi penerapan *brand equity*, *store atmosphere* dan kualitas produk akan mengakibatkan semakin tinggi pula keputusan pembelian terhadap Distro Setal Pangkalpinang.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dari hasil penelitian, maka ada beberapa saran yang penulis berikan agar dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan, yaitu antara lain :

### 1. Saran untuk penelitian lanjutan

Penelitian ini dapat dijadikan kembali dengan objek penelitian yang berbeda serta dengan item pertanyaan pada kuesioner yang berbeda dengan pertanyaan kuesioner penelitian lainnya. Bagi peneliti selanjutnya dapat dimanfaatkan sebagai bahan rujukan dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan *brand equity*, *store atmosphere*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Bisa juga dengan menambah atau mengganti variabel instrumen untuk penelitian selanjutnya.

## 2. Saran yang ditujukan untuk Distro Setal Pangkalpinang

- a. Memaksimalkan *brand equity*, seperti menciptakan promosi iklan ataupun membuat slogan yang melekat dibenak konsumen agar mudah di ingat yang bertujuan untuk meningkatkan keputusan pembelian sesuai dengan yang diharapkan.
- b. *Store atmosphere* yang menarik merupakan salah satu faktor yang penting diperhatikan karena sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian konsumen akan mempertimbangkan suasana yang ditawarkan, penempatan produk yang disajikan dan kenyamanan pada saat berkunjung.
- c. Hal lain yang sangat perlu diperhatikan yaitu menjaga kualitas produk agar tetap baik, sehingga konsumen akan loyal karena merasa puas dengan produk yang ditawarkan.