

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari gambaran responden yang terbanyak adalah wanita sebesar 26 pelanggan atau 65%. Dari 26 orang ini terbanyak adalah Pegawai Negeri Sipil yang berjumlah 12 atau 30%. Dan Pria hanya berjumlah 14 orang atau 35%, dari 14 pelanggan yang terbanyak adalah dari kalangan lainnya yaitu sebesar 11 orang atau 27,5%. Dari presentase store image di Toko syifa memiliki presentase baik dan minat beli maupun keputusan pembelian pada responden terbilang tinggi.
2. Variabel store image mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Besarnya kontribusi variabel ini baik secara langsung maupun tidak langsung dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah sebesar 41,38%.
3. Variabel minat beli mempunyai pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini diukung

dengan dengan total kontribusi variabel ini yang hanya sebesar 0,01%.

4. Total pengaruh seluruh variabel bebas yang diamati dalam model terhadap keputusan pembelian konsumen adalah sebesar 41,39%, sedangkan sisanya sebanyak 58,61% dipengaruhi oleh variabel lain.

5.2. Saran

Memperhatikan hasil penelitian dan berdasarkan kesimpulan diatas, penulis mengajukan beberapa saran bagi manajemen Toko Syifa sebaiknya memperhatikan layout toko dan fasilitas fisik lainnya karena persepsi yang timbul dari melihat layout toko terbukti mampu mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Dari pengamatan peneliti yang terlihat sesuai keluhan dari responden adalah dari segi keramahan pegawai yang masih perlu di latih karena faktor kenyamanan berbelanja juga didapat dari pelayan yang ramah. Untuk itu bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen seperti harga, jenis produk, dll.

DAFTAR PUSTAKA

- Augusty Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BPUNDIP.
- Buchari Alma, 2006. *Pemasaran dan Pemasaran Jasa dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Berman, Barry, and Joel R. Evans, 2007. *Retail Management*, New Jersey: Prentice Hall.
- Berman, Barry, and Joel R. Evans, 2010. *Retail Management*, 11th Edition, New Jersey: Prentice Hall.
- Berman et al. dalam Jurnal Octavany Ria. 2012. *Analisis Pengaruh Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Toko Murah-Meriah*.
- Engel dalam Jurnal Hanggi. 2012. *Sikap Konsumen terhadap Citra Toko distro inspired dikota malang*. Jurnal manajemen dan akuntansi volume 1, nomor 1, april.
- Ghozali, Imam. 2011. *Model Persamaan Struktural dan Aplikasi dengan Program Amos 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryono, Siswoyo dan Parwoto Wardoyo. 2012. *Structural Equation Modelling*. Bekasi: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hu, H. & Jasper, C.R. 2010. A Revisit to the Theoretical Model of Store Image and its Application to Chinese Consumers. *Journal of International Consumer Marketing*, 22 (2), 1-13.
- J. Setiadi, Nugroho, SE., MM., 2003, "Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran". Jakarta: Kencana.
- Keller dan Kotler 2009, *Manajemen Pemasaran Jilid 1, Edisi 13*, Erlangga, Jakarta..
- Kotler dan Amstrong.2008. *prinsip-prinsip pemasaran*. jilid 1 dan 2 edisi12 jakarta:Erlangga

- Kotler, Philip. dan Keller, KL. 2007. *Manajemen Pemasaran* . Edisi Belas. Jilid 1.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2006 principles of marketing. Eleventh edition. New Jersey: pearson prentice Hall
- Lavy and waitz 2009, dalam jurnal Ni Made Dhian Rani Yulianti. 2014. Pengaruh Citra Toko terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Beli Ulang pada Circle K di Kota Denpasar, *Jurnal Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan Vol.8 No.1, Februari 2014*.
- Meldarianda, Resti., Lisan, H.S. (2010). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen pada Café Atmosphere Bandung, Vol17 (2), Hal 97-108.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Simamora, Henry. 2007. *Manajemen pemasaran internasional* jilid II edisi 2. Jakarta : PT Rineka cipta.
- Sopiah dan Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: ANDI.
- Suwandari dalam jurnal Rizky, Muhammad Fakhru dan Yasin, Hanifa. 2014. *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim medan*, Volume 14, Nomor 2, 135-143. Medan : Jurnal Manajemen & Bisnis.
- Suwandari dalam Valencia Fransis Sandia. 2014. *Determinan Citra Toko Ritel : Studi DIY*.
- Sugiyono. 2006. *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2010. metode penelitian kuantitatif dan kualitatif RND. Bandung : Alfabeta
- Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Press, 2013
- Theodoridis, Prokopis K. and Kalliopi C. Chatzipanagioutou. 2009. Dalam jurnal Ni Made Dhian Rani Yulianti Pengaruh Citra Toko terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Beli Ulang pada Circle K di Kota Denpasar, *Jurnal Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan Vol.8 No.1, Februari 2014*.

