

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan uraian-uraian yang telah diungkapkann pada pembahasan mengenai Pengaruh Promosi Online, *Life Style*, dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian di Salwa Jepon Blora, maka dapat diambil beberapa kesimpulan yakni:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi online berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Salwa Jepon Blora, dibuktikan dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $7,600 > 1,985$. Keputusan pembelian terjadi jika promosi online terlaksana dengan baik. Dengan adanya promosi online konsumen produk yang ditawarkan yang nantinya akan menciptakan peningkatan keputusan pembelian.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Salwa Jepon Blora, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $26,553 > 1,985$. Pengaruh life style terhadap keputusan pembelian produk pula berefek, dimana lokasi berbelanja seorang pelanggan mencerminkan gaya hidupnya.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Salwa Jepon Blora, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan $0,031 < 0,05$ dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $2,184 > 1,985$. Pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian sangat penting, dimana perusahaan harus memberikan suasana gerai yang nyaman sehingga konsumen betah berlama-lama dan meningkatkan keputusan pembelian.
4. Promosi *online*, *life style*, dan *store atmosphere* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Salwa Jepon Blora. Hal ini dibuktikan dengan uji F dimana nilai F_{hitung} sebesar 302,605 lebih besar dari nilai F_{tabel} 2,70. Selain itu juga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat dalam penelitian ini terbukti bahwa promosi *online*, *life style*, dan *store atmosphere* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

B. Saran

Bersumber hasil penelitian serta ulasan itu, peneliti menyampaikan beberapa anjuran yang bisa memberikan wawasan untuk pihak- pihak yang terpaut dengan penelitian ini. Anjuran yang disampaikan peneliti yaitu:

1. Untuk pelanggan diinginkan jadi pelanggan yang pintar serta cermat dalam menyudahi pembelian produk yang hendak dibeli. Tidak hanya itu pelanggan wajib menjauhi watak konsumtif yang berlebihan.
2. Untuk pemilik senantiasa jadi prinsip untuk wiraswasta yang lain serta senantiasa menjadi perusahaan yang selalu inovatif agar dapat bertahan dan mampu terus bersaing dipasaran.
3. Untuk peneliti untuk riset berikutnya supaya bisa meningkatkan penelitian ini yang masih terbatas serta diharapkan guna bisa melengkapi kekurangan dalam penelitian ini.

