

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan bab-bab diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial terdapat pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian toko bombai textile, besarnya pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian adalah 15,37%. Secara parsial terdapat pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian toko bombai textile, besarnya pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian adalah 17,03%. Secara parsial tidak terdapat pengaruh testimoni terhadap keputusan pembelian toko bombai textile, besarnya pengaruh testimoni terhadap keputusan pembelian adalah -1,25%.
2. Secara simulatan terdapat pengaruh kelengkapan produk, suasana toko dan testimoni terhadap keputusan pembelian toko bombai *Textille*, dan besarnya pengaruh secara simultan adalah 31,1%.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil TCR, maka dapat di sarankan sebagai berikut:

1. Pada variabel Kelengkapan Produk terdapat hasil TCR terendah mengenai “Produk yang paling sering dicari dapat ditemukan di Toko Bombai *Textille*” yaitu sebesar 63,75% berada pada kurang Baik. Maka dari itu dapat disarankan kepada pemilik toko untuk dapat lebih melengkapi isi toko dari

berbagai merek agar lebih meningkatkan keputusan pembelian konsumen toko bombai *Textille*.

2. Pada variabel suasana toko terdapat hasil TCR terendah mengenai “Suhu di dalam Toko Bombai *Textille* memberikan rasa nyaman” yaitu sebesar 78,50% berada pada kondisi Cukup Baik.oleh karena itu dapat disarankan untuk dapat melakukan pemasangan pintu atau sekat kaca, karena pada toko sekarang ini tidak adanya sekat kaca karena letak toko persis di tepi jalan raya, dan dengan itu suhu dari luar dapat masuk kedalam ruangan toko.
3. Pada variabel testimoni terdapat hasil TCR terendah mengenai “Toko Bombai *Textille* memiliki mempunyai daya tarik dalam testimonial” yaitu sebesar 72,50 % berada pada kondisi Cukup Baik. Maka dari itu dapat di sarankan untuk karyawan lebih mengutamakan dalam memberikan penjelasan produk yang terbaik untuk ditawarkan ke konsumen.

