

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan interpretasi hasil maka kesimpulan yang diambil dari penelitian dengan judul berjudul “Pengaruh *Exterior, Genral Interior, Store Layout* dan *Interior Display* terhadap Keputusan Pembelian di Ramayana Mal Gresik” adalah sebagai berikut.

1. *Exterior* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Ramayana Mal Gresik.
2. *Genral Interior* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Ramayana Mal Gresik.
3. *Store Layout* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Ramayana Mal Gresik.
4. *Interior Display* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Ramayana Mal Gresik.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan, dan kesimpulan penelitian, maka rekomendasi dari peneliti dapat diberikan sebagai berikut.

5.2.1 Bagi Aspek Manajerial

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel *Exterior* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di Ramayana Mal Gresik dan item yang memiliki jumlah poin terendah adalah pintu masuk Mal yang

memudahkan dan keamanan kendaraan saat parkir terjamin, artinya para pembeli merasa tidak nyaman dengan pintu masuk Ramayana Mal Gresik tersebut dan merasa kurang terjaminnya kendaraan yang sudah di parkir. Oleh sebab itu pintu masuk Ramayana Mal Gresik harus dirubah lebih besar serta dirasa nyaman oleh para pembeli dan memberikan pengawasan yang lebih pada kendaraan yang sedang terparkir dengan cara keliling area lahan parkir.

2. Bedarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel *General Interior* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di Ramayana Mal Gresik dan item yang memiliki jumlah poin terendah adalah label harga dan ruang ganti yang lebar. Oleh sebab itu label harga pada produk Ramayana Mal Gresik harus di perjelas label harganya meski dalam keadaan diskon dan memuat kamar ganti lebih lebar dan nyaman dan di letakan yang strategis.

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya disarankan tidak terpaku hanya pada 4 variabel dalam penelitian ini yaitu : harga kompetitif, distribusi dan kualitas produk yang dapat penambah variabel yang lain mungkin dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Diharapkan penelitian selanjutnya dapat meneliti fenomena yang menarik terkait variabel lain di luar penelitian ini dan menambah jumlah responden sehingga mendapatkan hasil yang lebih baik.