

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pengaruh perilaku konsumen, fitur produk, persepsi konsumen dan *servicescape* terhadap keputusan pembelian pada Toko Family Furniture Rantauprapat, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Family Furniture Rantauprapat.
2. Fitur produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Family Furniture Rantauprapat.
3. Persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Family Furniture Rantauprapat.
4. *Servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Family Furniture Rantauprapat.
5. Perilaku konsumen, fitur produk, persepsi konsumen dan *servicescape* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Family Furniture Rantauprapat.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian tersebut maka peneliti akan memberikan saran yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan untuk dijadikan masukan dan

bahan pertimbangan yang berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan sebagai penyempurnaan penelitian selanjutnya. Beberapa saran tersebut adalah:

1. Toko Family Furniture Rantauprapat sebaiknya melakukan segmentasi pasar berdasarkan kebiasaan dan preferensi pelanggan (misalnya gaya hidup, kebutuhan fungsional vs estetika). Pendekatan personal seperti rekomendasi produk berbasis riwayat pembelian bisa meningkatkan relevansi dan peluang pembelian.
1. Tingkatkan variasi dan keunggulan fitur produk seperti bahan baku berkualitas, desain ergonomis, multifungsi, dan warna yang sedang tren. Memberikan informasi lengkap tentang fitur produk (melalui label, brosur, atau staf) juga dapat membantu konsumen merasa lebih yakin untuk membeli.
2. Bangun citra positif melalui pelayanan yang ramah, kualitas produk yang konsisten, dan testimoni pelanggan. Promosi atau program loyalitas juga dapat meningkatkan persepsi nilai dari konsumen terhadap harga dan kualitas produk.
3. Perbaiki dan jaga lingkungan toko (pencahayaan, tata letak, aroma ruangan, kebersihan, dan musik latar). Lingkungan fisik yang nyaman dan menyenangkan terbukti secara psikologis meningkatkan mood konsumen untuk berbelanja.
4. Untuk mendukung keputusan pembelian secara langsung, Toko Family Furniture dapat menyediakan fasilitas seperti simulasi penempatan produk secara digital, cicilan ringan, untuk pembelian dalam jumlah tertentu.