

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dibahas dikemukakan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden terhadap *interior display* di *supermarket* griya cabang Pahlawan sebagian besar dinilai **baik**. Hal ini dapat dilihat dari indikator yang paling dominan sampai kepada indikator yang paling tidak dominan. Indikator yang paling dominan adalah *store sign*, indikator dominan kedua adalah *merchandise*, dan indikator yang tidak dominan adalah *decoration*.
2. Tanggapan responden terhadap keputusan pembelian pada *supermarket* griya cabang Pahlawan sebagian besar dinilai **tinggi**. Hal ini dapat dilihat dari indikator yang paling dominan sampai kepada indikator yang paling tidak dominan. Indikator yang paling dominan adalah penentuan waktu pembelian, indikator dominan kedua adalah pemilihan merek, indikator dominan ketiga adalah pemilihan produk, indikator dominan keempat adalah pemilihan saluran pembelian, dan indikator yang tidak dominan adalah jumlah pembelian.
3. Pengaruh *interior display* terhadap keputusan pembelian dapat dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa *Interior*

*display* mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka direkomendasikan beberapa hal sebagai berikut:

1. Penilaian responden terhadap *decoration supermarket* griya cabang Pahlawan dinilai paling tidak dominan dibandingkan indikator *store sign* dan *merchandise*. Hal ini dapat diantisipasi oleh perusahaan dengan membuat dekorasi yang menarik, seperti membuat tema dekorasi setiap bulan dengan cara membuat bentuk-bentuk yang unik pada dekorasi misalnya pada saat idul fitri produk promosi dipajang di sebuah tempat yang berbentuk ketupat raksasa, pada saat natal berbentuk pohon natal atau kotak kado. Cara lain untuk menciptakan dekorasi yang menarik yaitu memadukan warna cerah pada dekorasi karena warna cerah memberikan kesan bersih, lapang dan luas konsumen merasa senang berada di dalam toko, misalnya warna merah, kuning, orange dianggap sebagai warna yang hangat dan warna biru, hijau dan violet menciptakan suasana yang elegan dan bersih.
2. Upaya untuk meningkatkan jumlah pembelian konsumen pada *supermarket* griya cabang Pahlawan diperlukan suatu usaha dari perusahaan untuk lebih meyakinkan kembali kepada konsumen untuk berbelanja di *supermarket* griya cabang Pahlawan karena harga yang

bersaing dengan *supermarket* lainnya dengan melaksanakan program *sales promotion* yang menarik untuk konsumen misalnya, kupon yang memberikan harga hemat kepada konsumen, hadiah yang berbentuk asbak, payung, kalender, gelas dan lain sebagainya, diskon khusus untuk wanita pada hari tertentu.

