BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *display* produk dan motivasi pembelian terhadap keputusan pembelian pada Kopo *Factory Outlet*, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Tanggapan responden mengenai *display* produk pada Kopo *Factory Outlet* termasuk pada kategori cukup baik, pada tabel rekapitulasi pada setiap indikator berada pada kategori cukup dengan mempertimbangkan indikator window *display*, interior *display*, exterior *display*.
2. Tanggapan responden mengenai motivasi pembelian pada Kopo *Factory Outlet* berada pada kategori baik. Dengan mempertimbangkan beberapa indikator motivasi pembelian seperti dorongan rasional, dorongan emosional.
3. Tanggapan responden mengenai keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen Kopo *Factory Outlet* termasuk dalam kategori cukup. Sebaiknya Kopo *Factory Outlet* merumuskan strategi untuk mendorong peningkatan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen agar mampu memenuhi target yang telah ditetapkan**.**
4. Terdapat pengaruh yang signifikan mengenai *display* produk dan motivasi pembelian terhadap keputusan pembelian pada Kopo *Factory Outlet* Bandung secara parsial dan simultan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian mengenai pengaruh *display* produk dan motivasi pembelian terhadap keputusan pembelian pada Kopo *Factory Outlet* sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan pada Kopo Factory Outlet terhadap responden Kopo Factory Outlet menunjukan gambaran bahwa salah satu indikator display yaitu *window display* merupakan presentase terkecil dibandingkan dengan indikator lainnya yaitu *interior display* dan *exterior display*, maka Kopo Factory Outlet perlu menjadikan indikator *window display* sebagai bahan evaluasi agar dapat lebih dioptimalkan.
2. Penelitian yang dilakukan pada Kopo Factory Outlet terhadap responden Kopo Factory Outlet menunjukan gambaran bahwa salah satu indikator motivasi pembelian yaitu dorongan emosional merupakan presentase terkecil dibandingkan dengan indikator lain yaitu dorongan rasional maka perlunya upaya yang dilakukan oleh Kopo Factory Outlet untuk lebih menarik lagi terhadap dorongan emosional tersebut.
3. Penelitian yang dilakukan pada Kopo Factory Outlet terhadap responden Kopo Factory outlet menunjukan gambaran bahwa perilaku pasca pembelian merupakan presentase terkecil maka Kopo Factory Outlet harus memberikan pelayanan yang lebih baik lagi agar terjadinya peningkatan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dan mampu memenuhi target yang telah ditetapkan**.**

4. Dari hasil perhitungan uji korelasi variabel motivasi pembelian mempunyai pengaruh yang lebih tinggi dibandingkan dengan variabel *display* produk maka dari itu *display* produk pada Kopo *Factory Outlet* harus lebih ditingkatkan melalui dorongan yang ada pada motivasi pembelian agar bisa meningkatkan keputusan membeli produk Kopo *Factory Outlet*