

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh bauran eceran (*retail mix*) terhadap keputusan memilih Kadai Papi *Convenience Store* Padang dapat disimpulkan bahwa :

1. Keputusan konsumen dalam memilih Kadai Papi *Convenience Store* Padang dipengaruhi oleh variabel lokasi (*location*). Karena lokasi Kadai Papi *Convenience Store* Padang yang terletak di tepi jalan menjadikan Kadai Papi *Convenience Store* Padang tidak susah untuk ditemukan dan terlihat jelas dari jalan. Selain itu lokasi Kadai Papi *Convenience Store* Padang sangat strategis, yaitu berada di dekat perkantoran, sekolah dan kampus. Sehingga terbukti, secara parsial variabel lokasi (*location*) berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan memilih Kadai Papi *Convenience Store* Padang.
2. Keputusan konsumen dalam memilih Kadai Papi *Convenience Store* Padang dipengaruhi oleh variabel keragaman barang (*merchandise assortment*). Karena Kadai Papi *Convenience Store* Padang menyediakan produk sesuai dengan kebutuhan para pengunjung. Kadai Papi *Convenience Store* Padang tidak hanya menyediakan barang kebutuhan rumah tangga. Meskipun hanya toko kecil, namun toko ini dapat menyediakan jenis barang yang lengkap dan beraneka ragam yang dibutuhkan oleh konsumen mulai dari makanan, minuman,

kebutuhan rumah tangga (sabun, shampo, deterjen dan lain-lain), hingga kaos kaki, makanan kucing dan aneka jenis bola lampu. Sehingga terbukti, secara parsial variabel keragaman barang (*merchandise assortment*) berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan memilih Kadai Papi *Convenience Store* Padang.

3. Keputusan konsumen dalam memilih Kadai Papi *Convenience Store* Padang dipengaruhi oleh variabel harga (*pricing*). Berdasarkan tabel deskriptif variabel harga (*pricing*), nilai tertinggi untuk alternatif jawaban terhadap variabel ini terdapat pada item pernyataan “Kadai Papi *Convenience Store* Padang menjual produk dengan harga murah”, yang rata - ratanya bernilai 3,90. Hal ini membuktikan bahwa Kadai Papi *Convenience Store* Padang memang menjual produknya dengan harga yang murah. Sehingga terbukti, secara parsial variabel harga (*pricing*) berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan memilih Kadai Papi *Convenience Store* Padang.
4. Keputusan konsumen dalam memilih Kadai Papi *Convenience Store* Padang dipengaruhi oleh variabel bauran komunikasi (*communication mix*). Kadai Papi *Convenience Store* tidak mengadakan iklan di koran, radio atau pun media lainnya. Namun Kadai Papi *Convenience Store* Padang mencantumkan papan nama di depan toko dengan jelas. Walaupun lokasi Kadai Papi *Convenience Store* Padang sudah terletak di pinggir jalan, namun pihak pemilik tetap menggunakan papan nama di depan toko. Hal ini sebagai salah satu cara promosi

bagi pihak Kadai Papi *Convenience Store* Padang. Papan nama bertujuan agar semakin memudahkan pelanggan dalam menemukan lokasi Kadai Papi *Convenience Store* Padang walaupun dari kejauhan. Bentuk komunikasi yang terjadi adalah komunikasi publik, yang dimana dalam hal ini konsumen lah yang melakukan promosi, baik itu melalui mulut ke mulut (*word of mouth*) atau pun melalui media sosial seperti *facebook*, *blackberry messenger*, *instagram*, *Path* dan lain-lain. Sehingga terbukti, secara parsial variabel bauran komunikasi (*communication mix*) berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan memilih Kadai Papi *Convenience Store* Padang.

5. Keputusan konsumen dalam memilih Kadai Papi *Convenience Store* Padang dipengaruhi oleh variabel desain dan tampilan toko (*store design and display*). Kadai Papi *Convenience Store* Padang merancang *lay out* dan penataan toko dengan semenarik mungkin,. Selain itu penempatan dan penyusunan produk dan rak disusun secara rapi tertatur, sehingga barang dapat dengan mudah dicari. Kadai Papi *Convenience Store* Padang juga menciptakan suasana agar dapat memberikan kenyamanan bagi konsumen. Seperti pemilihan lagu atau musik, pencahayaan di dalam dan di luar toko agar dapat terlihat jelas, menggunakan *air conditioner* (AC) agar memberikan suhu udara yang sejuk dan dingin, serta menggunakan aroma wewangian agar dapat meningkatkan *mood* konsumen dalam berbelanja. Sehingga terbukti, secara parsial variabel desain dan tampilan

toko (*store design and display*) berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan memilih Kadai Papi *Convenience Store* Padang.

6. Keputusan konsumen dalam memilih Kadai Papi *Convenience Store* Padang dipengaruhi oleh variabel pelayanan konsumen (*customer service*). Pada tabel distribusi frekuensi pelayanan konsumen (*customer service*) menunjukkan nilai tertinggi untuk alternatif jawaban terhadap variabel pelayanan konsumen (*customer service*) (X₆) terdapat pada item pernyataan nomor F6 “Kadai Papi *Convenience Store* Padang dilengkapi tempat duduk, sehingga dapat dijadikan tempat nongkrong (*hang out*) setelah berbelanja”, yang rata - ratanya bernilai 4,46. Pihak Kadai Papi *Convenience Store* Padang memang menyediakan tempat duduk di bagian depan. Sehingga Kadai Papi *Convenience Store* Padang dapat dijadikan tempat *hang out*, bukan tempat untuk berbelanja saja. Pihak Kadai Papi *Convenience Store* Padang juga menyediakan tempat pengisian daya laptop dan *handphone* serta wi - fi secara gratis agar semakin memberikan kenyamanan bagi semua pengunjungnya. Sehingga terbukti, secara parsial variabel *customer service* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan memilih Kadai Papi *Convenience Store* Padang.
7. Keputusan konsumen dalam memilih Kadai Papi *Convenience Store* Padang dipengaruhi oleh semua variabel bauran eceran (*retail mix*) yang terdiri dari lokasi (*location*), keragaman produk (*merchandise assortment*), harga (*pricing*), bauran komunikasi (*communication mix*), desain dan tampilan toko (*store design*

and display) dan pelayanan konsumen (*customer service*). Berdasarkan hasil pengujian simultan (Uji F), didapatkan hasil F hitung sebesar 41,925. Sedangkan untuk F tabel dengan probabilitas 5% adalah sebesar 2,19. Dan jika F hitung dibandingkan dengan F tabel, dimana F hitung > F tabel ($41,925 > 2,19$), dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ atau 5% ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga terbukti, secara bersama - sama (simultan) bauran eceran (*retail mix*) yang terdiri dari lokasi (*location*), keragaman produk (*merchandise assortment*), harga (*pricing*), bauran komunikasi (*communication mix*), desain dan tampilan toko (*store design and display*) dan pelayanan konsumen (*customer service*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih Kadai Papi *Convenience Store* Padang

8. Dari persamaan regresi linier berganda diketahui bahwa variabel keragaman barang (X_2) yang terdiri dari produk yang lengkap, bervariasi, produk yang sesuai kebutuhan serta items produk yang lengkap, merupakan variabel yang paling dominan atau variabel yang lebih banyak mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih Kadai Papi *Convenience Store* Padang.
9. Terdapat faktor - faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti sebesar 22,1% yang mempengaruhi keputusan memilih Kadai Papi *Convenience Store* Padang selain bauran eceran (*retail mix*).

5.2. Implikasi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran eceran (*retail mix*) yang terdiri dari lokasi (*location*), keragaman produk (*merchandise assortment*), harga (*pricing*), bauran komunikasi (*communication mix*), desain dan tampilan toko (*store design and display*) dan pelayanan konsumen (*customer service*) terhadap keputusan memilih Kadai Papi *Convenience Store* Padang. Berdasarkan jawaban responden dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa bauran eceran (*retail mix*) yang terdiri dari lokasi (*location*), keragaman produk (*merchandise assortment*), harga (*pricing*), bauran komunikasi (*communication mix*), desain dan tampilan toko (*store design and display*) dan pelayanan konsumen (*customer service*) dan *customer service*) berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan memilih Kadai Papi *Convenience Store* Padang.

Oleh karena itu diharapkan Kadai Papi *Convenience Store* Padang dapat mempertahankan serta meningkatkan keanekaragaman dan kelengkapan produk, mempertahankan menjual produk dengan harga yang murah, pelayanan yang ramah dan cepat, *layout* dan penataan yang rapi dan menarik, suasana toko yang dapat meningkatkan *mood* dalam berbelanja, serta tempat untuk *hang out* yang lebih nyaman. Sehingga lebih banyak lagi konsumen dan konsumen menjadi konsumen yang loyal. Selain itu diharapkan Kadai Papi *Convenience Store* Padang melakukan iklan atau promosi agar lebih banyak lagi masyarakat kota Padang yang mengunjungi Kadai Papi *Convenience Store* Padang.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari, hasil penelitian ini masih sangat jauh dari kesempurnaan dan memiliki keterbatasan - keterbatasan yang mungkin akan mempengaruhi hasil yang diinginkan. Oleh karena itu keterbatasan ini diharapkan lebih diperhatikan untuk peneliti - peneliti yang akan datang, dimana kelemahan - kelemahan yang peneliti temui antara lain :

1. Penyebaran dan pengambilan data melalui kuisioner mempunyai kelemahan yang menimbulkan pembiasan *perceptual*, yaitu perbedaan seseorang dalam memandang sesuatu, sehingga peneliti tidak dapat mengendalikan jawaban dari masing - masing responden.
2. Penelitian ini tidak mempertimbangkan atau tidak mengikutsertakan beberapa variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi variabel keputusan memilih Kadai Papi *Convenience Store* Padang diluar variabel yang peneliti teliti. Seperti pengalaman *self service* yang diberikan Kadai Papi *Convenience Store* Padang kepada konsumennya.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka beberapa saran dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Untuk Akademisi :
 - Diharapkan pada peneliti selanjutnya untuk dapat menggunakan sampel yang jumlahnya jauh lebih besar, sehingga lebih representatif dari yang peneliti

gunakan saat ini, agar hasil yang diperoleh lebih mampu mewakili jumlah konsumen mengunjungi Kadai Papi *Convenience Store* Padang serta dapat menghasilkan temuan yang lebih kompleks.

- Kedepan diharapkan pada peneliti selanjutnya untuk dapat lebih mengembangkan dan mempertajam materi penelitian ini, salah satunya dengan memperhitungkan dan mengikutsertakan beberapa variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini yang memiliki potensi dapat mempengaruhi variabel keputusan memilih atau pun pada variabel penelitian lainnya.

