

BAB V

PENUTUP

Bab ini merupakan kesimpulan dari hasil yang telah disajikan pada bab sebelumnya. Bab ini juga berisikan keterbatasan penelitian dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini akan merangkum, membahas dan mengetahui hubungan antara variable Lokasi Toko dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Minimarket Basko-T Bukittinggi.

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh lokasi toko dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Minimarket Basko-T Bukittinggi didapatkan hasil bahwa:

1. Variabel lokasi toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang ditemui peneliti yaitu konsumen Minimarket Basko-T merasa bahwa lokasi (ketersediaan lahan parkir, memiliki tempat yang cukup luas, lokasi dilalui banyak alat transportasi, dan lokasi yang strategis) Minimarket Basko-T Bukittinggi mampu mempengaruhi niat konsumen untuk datang ke minimarket Basko-T dan melakukan pembelian produk/barang. Konsumen yang datang akan mengevaluasi pengalaman yang dirasakan ketika berada didalam Minimarket Basko-T. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen merasa nyaman dan tertarik melakukan pembelian, setelah mereka mengobservasi dan

mempertimbangkan kesan yang mereka dapati ketika mereka berkunjung dan berbelanja ke Minimarket Basko-T.

2. Variabel keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang ditemui peneliti yaitu konsumen Minimarket Basko-T merasa bahwa keragaman produk (variasi merek produk, variasi kelengkapan produk, variasi ukuran produk, variasi kualitas produk) Minimarket Basko-T Bukittinggi mampu mempengaruhi niat konsumen untuk datang ke minimarket Basko-T dan melakukan pembelian produk/barang. Konsumen yang datang akan mengevaluasi pengalaman yang dirasakan ketika berada didalam Minimarket Basko-T. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen merasa nyaman dan tertarik melakukan pembelian, setelah mereka mengobservasi dan mempertimbangkan kesan yang mereka dapati ketika mereka berkunjung dan berbelanja ke Minimarket Basko-T.
3. Variabel lokasi toko dan keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang ditemui peneliti yaitu konsumen Minimarket Basko-T merasa bahwa lokasi dan keragaman produk Minimarket Basko-T Bukittinggi mampu mempengaruhi niat konsumen untuk datang ke minimarket Basko-T dan melakukan pembelian produk/barang. Konsumen yang datang akan mengevaluasi pengalaman yang dirasakan ketika berada didalam Minimarket Basko-T. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen merasa nyaman dan tertarik melakukan pembelian, setelah mereka mengobservasi dan

mempertimbangkan kesan yang mereka dapati ketika mereka berkunjung dan berbelanja ke Minimarket Basko-T.

5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi toko dan keragaman produk memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Minimarket Basko-T Bukittinggi.

a. Bagi Akademisi

Hasil Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya perilaku konsumen. Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa lokasi toko dan keragaman produk berpengaruh positif dan secara signifikan mampu mempengaruhi keinginan konsumen untuk berkunjung dan melakukan keputusan pembelian.

b. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan dan saran dalam memilih strategi diantaranya memilih lokasi dan produk-produk dengan melakukan inovasi-inovasi yang berbeda dengan para pesaingnya. Dimana hal ini mampu meningkatkan citra Minimarket Basko-T di mata konsumen. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pengusaha bisnis retail atau sejenisnya dalam meningkatkan tingkat kunjungan konsumen, yaitu dengan memilih lokasi yang tepat sehingga bisnis atau usaha tersebut mudah mengalami peningkatan baik dari segi kunjungan konsumen atau peningkatan laba, sehingga usaha atau bisnis tersebut mengalami kemajuan. Lokasi dan

keragaman produk yang baik maka bisnis tersebut unggul dalam persaingan dengan bisnis sejenis dengan produk dan harga yang ditawarkan relatif sama..

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh beberapa keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini mempunyai keterbatasan berupa respon bias dari responden. Maksudnya adalah informasi yang diberikan responden melalui kuisisioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya. Hal ini bisa terjadi karena adanya ketidak mampuan responden dan kejujuran responden dalam menjawab pertanyaan dengan waktu pengisian kuisisioner yang tidak tepat.
2. Ruang lingkup penelitian terbatas pada konsumen Minimarket Basko-T yang berada di Bukittinggi.

5.4 Saran

Adapun saran yang akan berguna bagi pemilik Minimarket Basko-T dan penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pemilik Minimarket Basko-T Bukittinggi

Hasil dari penelitian ini akan dapat membantu pemilik dan manajer untuk meningkatkan jumlah kunjungan konsumen ke Minimarket Basko-T Bukittinggi. Seperti: Inovasi yang dapat dilakukan oleh manajer dan pemilik Minimarket Basko-T Bukittinggi terhadap bagian keragaman produk seperti memperbanyak produk-produk baru sehingga

membuat konsumen menjadi memiliki ketertarikan dalam membeli produk pada Minimarket Basko-T Bukittinggi. Selanjutnya Pemilik toko sebaiknya memperhatikan lingkungan toko seperti pencahayaan dan tata letak produk, sehingga membuat konsumen merasa lebih nyaman berbelanja di Minimarket Basko-T

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti: harga, intensitas pembelian, kepuasan pelanggan, promosi dan lain-lain. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan keakuratan data.

