

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, Analisis pengaruh *Consumer Ethnocentrism*, Diferensiasi Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian secara empiris ditemukan beberapa bukti dari jawaban hipotesis yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan variabel *consumer ethnocentrism* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sanjai Umami Afa Hakim Padang. Dengan adanya sifat *ethnocentrism* yaitu seorang konsumen yang hanya menyukai produk lokal serta mempunyai keinginan untuk membeli produk sanjai Umami Afa Hakim Padang ini sangat kuat.
2. Hasil penelitian menunjukkan variabel diferensiasi produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sanjai Umami Afa Hakim. Hal ini menjelaskan dengan adanya kualitas produk, desain yang menarik, kelengkapan produk dan manfaat yang diberikan produk akan membuat konsumen merasakan puas dan mudah melakukan keputusan pembelian
3. Lokasi dalam sebuah usaha dipercaya sangat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen sanjai Umami Afa Hakim. Ini membuktikan bahwa lokasi

sanjai Ummi Afa Hakim belum dilakukan secara maksimal khususnya area parkir kurang memadai disaat libur panjang.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dijelaskan bahwa variabel independen yang terdiri dari *Consumer Ethnocentrism*, Diferensiasi Produk, Lokasi mempunyai implikasi tersendiri bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian namun secara keseluruhan konsumen sanjai Ummi Afa Hakim setuju dengan pernyataan dan indikator yang dipaparkan pada penelitian ini.

Adapun implikasi yang dapat dikembangkan oleh sanjai Ummi Afa Hakim antara lain:

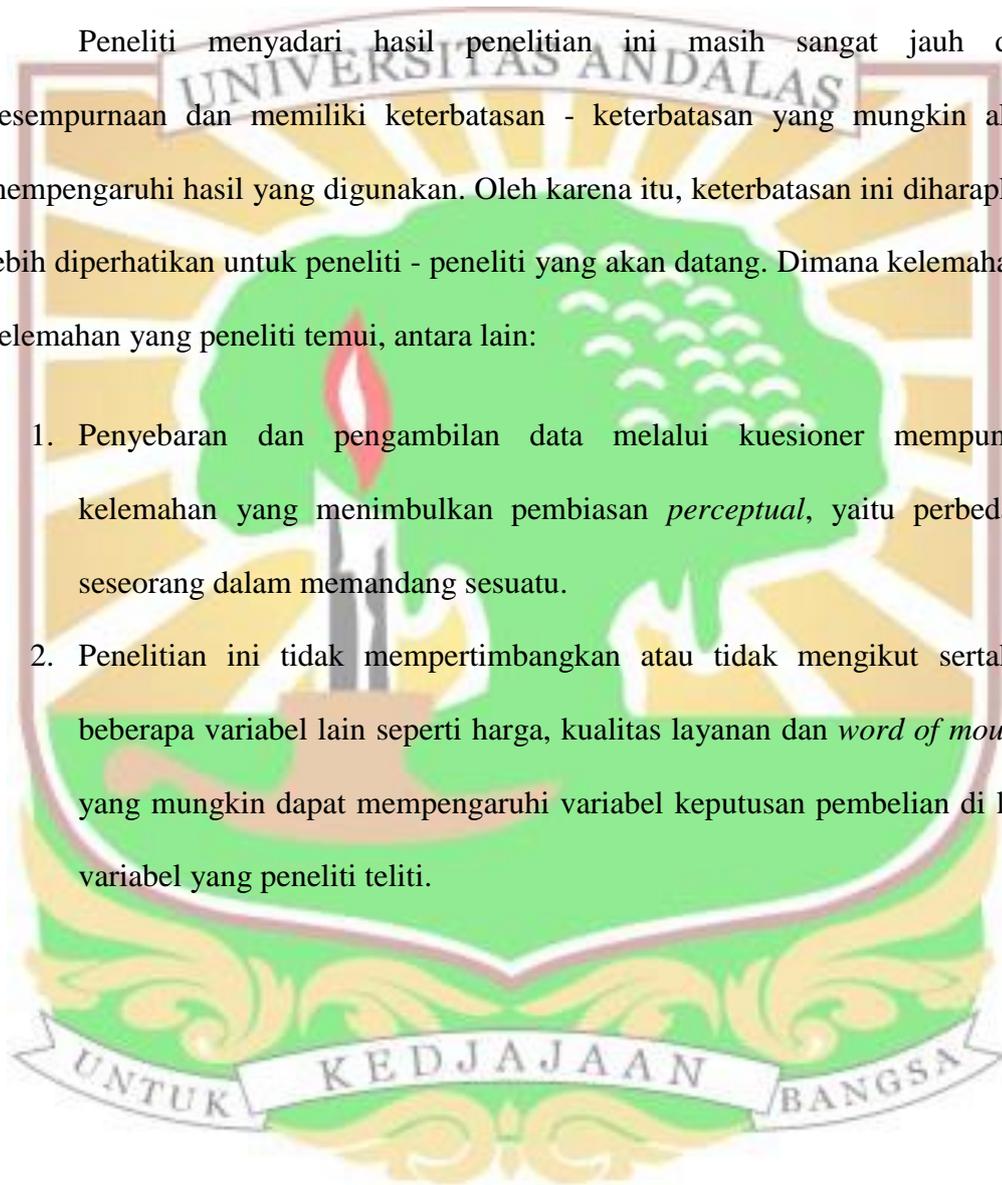
1. Dari aspek *consumer ethnocentrism* sebaiknya sanjai Ummi Afa Hakim dapat mempelajari dan mengetahui perilaku pembeli masyarakat Sumatera Barat dan harus dapat menyesuaikan segmentasi pasarnya. Konsumen memiliki keinginan dari produk lokal Sumatera Barat perlu diperjelas bahwa produk yang dijual adalah buatan masyarakat lokal dengan menentukan alamatnya.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapat jika dilihat dari aspek diferensiasi produk, sanjai Ummi Afa Hakim lebih meningkatkan kualitas produk dari segi tahan lama dimana pernyataan ketahanan produk lebih rendah dari pernyataan yang lain.
3. Dari aspek Lokasi, sanjai Ummi Afa Hakim memiliki nilai yang hampir merata pada distribusi frekuensinya. Walau hasil yang diperoleh tidak

sesuai, terutama perlu ditingkatkan tentang lahan parkir agar dapat diperluas lagi sehingga pengunjung sedang ramai tempat parkir memadai.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari hasil penelitian ini masih sangat jauh dari kesempurnaan dan memiliki keterbatasan - keterbatasan yang mungkin akan mempengaruhi hasil yang digunakan. 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 kuesioner mempunyai kelemahan yang menimbulkan pembiasan *perceptual*, yaitu perbedaan seseorang dalam memandang sesuatu.
2. Penelitian ini tidak mempertimbangkan atau tidak mengikut sertakan beberapa variabel lain seperti harga, kualitas layanan dan *word of mounth* yang mungkin dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian di luar variabel yang peneliti teliti.



5.4 Saran

Penelitian ini masih jauh dari sempurna sehingga masih butuh penelitian tambahan yang berkelanjutan, lebih terarah dan lebih luas dari penelitian ini sehingga kelemahan yang muncul dalam penelitian ini dapat diperbaiki dan disempurnakan. Saran yang dapat diberikan sebagai alternatif dari penelitian ini dimasa yang akan datang sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya.
 - a. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah daerah penelitian. Sampel yang digunakan sebaiknya juga lebih banyak dari pada sampel dalam penelitian ini, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai *consumer ethnocentrism*, diferensiasi produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian.
 - b. Penelitian yang akan datang diharapkan untuk dapat memperluas model penelitian ini dan mengganti beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di luar variabel yang peneliti gunakan ini, seperti faktor harga, kualitas layanan, kualitas produk dan lainnya
2. Bagi perusahaan.
 - a. Perusahaan diharapkan terus melakukan upaya yang dapat membangun antusias konsumen terhadap produk lokal yang ditunjang dengan aktifitas promosi lainnya seperti, melalui iklan di media cetak ataupun media eletronik.
 - b. Perusahaan dapat menambah atau mengolah lahan parkir agar tidak terjadi penumpukan kendaraan yang tidak teratur di saat waktu libur panjang.