

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *store image* dan *store location* terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Budiman di Bukittinggi. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang ada di Bukittinggi. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada *store image* dapat disimpulkan bahwa ketika akan memutuskan untuk melakukan pembelian konsumen akan dipengaruhi oleh *merchandise* dikarenakan produk yang dijual bervariasi, produk yang dijual lengkap dan kualitas produk tersebut sudah baik. *Sales personel* dikarenakan pengetahuan tenaga penjual tentang produk yang dijual, kerapian dan kesopanan dari karyawan. *Amosphere* dikarenakan kebersihan dari toko, pencahayaannya, dan tata letak barang yang memudahkan konsumen menemukan barang. *Price* dikarenakan harga produk yang dijual bersaing dengan toko sejenis dan harga produk yang terjangkau oleh konsumen. *Service* dikarenakan kemudahan pelayanan yang didapat, kinerja kasir yang cepat dan keseluruhan pelayanan yang diberikan toko kepada konsumen.
2. *Store location* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini dikarenakan dalam melakukan pembelian

konsumen mempertimbangkan lokasi yang terdiri dari *visibility* yang memudahkan konsumen dalam menemukan toko, *accebility* yang merupakan kemudahan konsumen untuk dapat mencapai lokasi toko, serta *parking* yang merupakan ketersediaan lahan parkir yang memadai disaat konsumen datang ke toko.

5.2 Implikasi

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu di bidang pemasaran khususnya ritel dan bisa dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya dengan menambahkan atau memperbaiki sesuai dengan saran dan keterbatasan pada penelitian ini.

2. Bagi praktisi

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat dilihat bahwa *store image* dan *store location* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan adanya hasil temuan tersebut, diharapkan mampu memberikan masukan dan saran bagi pemilik toko ritel untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas dari *store image* dan *store location* yang sudah ada agar kedepannya dapat menarik konsumen lebih banyak untuk melakukan pembelian ke toko.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari hasil penelitian ini tidak sempurna dan memiliki keterbatasan-keterbatasan yang mungkin bisa mempengaruhi hasil yang

diinginkan. Oleh karena itu, keterbatasan ini diharapkan dapat diperhatikan untuk penelitian di masa yang akan datang. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain :

1. Diharapkan pada penelitian yang akan dilakukan setelahnya dapat memperluas cakupan responden penelitian ini. Sebab, dalam penelitian ini jumlah responden hanya 110 dan tergolong masih relatif kecil, karena hanya mencakup sebagian kecil dari populasi yang ada.
2. Penelitian ini hanya mempertimbangkan pengaruh variabel *store image* dan *store location*. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel-variabel lain yang mungkin terkait dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

5.4 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan-keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini, maka ada beberapa saran yang dapat dipertimbangkan sebagai berikut :

1. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel-variabel lainnya yang terkait dengan keputusan pembelian konsumen
2. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah sampel sehingga benar-benar dapat mewakili populasi dalam penelitian ini agar hasil penelitian bisa lebih akurat.
3. Bagi pemilik Toko Budiman diharapkan kedepannya untuk meningkatkan aspek-aspek dari toko seperti kebersihan, pencahayaan, tata letak toko, kelengkapan produk, kualitas produk, harga produk, pelayanan dari toko,

dan yang terakhir luas area parkir bagi konsumen, karena didalam hasil analisis deskriptif aspek-aspek tersebut masih memiliki rata-rata dibawah 4. Oleh karena itu, diperlukan sebuah peningkatan agar konsumen merasa nyaman dan puas berbelanja di Toko Budiman.

