

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh *Islamic Retail Store Image* terhadap *Purchase Intention* pada 212 Mart di kota Padang dapat disimpulkan :

1. *Islamic Retail Store Image* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi nilai *Islamic Retail Store Image* maka akan semakin kuat pengaruh *Islamic Retail Store Image* terhadap minat beli dalam melakukan pembelian pada 212 Mart.
2. Dimensi *Islamic Retail Store Image* yang tertinggi adalah produk halal dengan nilai rata – rata 4,49 yang diikuti oleh penerapan nilai – nilai Islam pada 212 Mart
3. Sedangkan dimensi yang terendah direspon oleh responden terkait dengan dimensi kemanusiaan.

5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini dijelaskan bahwa variabel independen yang terdiri dari *Islamic Retail Store Image* mempunyai implikasi tersendiri bagi konsumen dalam menimbulkan minat belinya namun secara keseluruhan konsumen setuju dengan pernyataan dari indikator yang dipaparkan pada penelitian ini.

Adapun implikasi yang dapat dikembangkan oleh 212 Mart antara lain:

- 1) Bahwa *Islamic Retail Store Image* didominasi besar oleh responden yang memiliki pengetahuan tentang 212 Mart. Mereka menjadikan hal tersebut sebagai pertimbangan dalam melakukan pembelian. Dilihat pada nilai setiap indikator *Islamic Retail Store Image*, 212 Mart hendaknya mempertimbangkan untuk menyediakan produk yang beragam, meningkatkan kualitas layanan, memperbanyak promosi serta memberikan harga yang bersaing karena 212 Mart termasuk pendatang baru di kota Padang sehingga salah satu cara untuk menimbulkan minat beli konsumen dengan harga yang bersaing dengan toko ritel pendahulunya. Dan membuka cabang ditempat lain agar dapat menjangkau konsumen di seluruh wilayah kota Padang.
- 2) 212 Mart harus meningkatkan training tenaga penjual sehingga lebih bisa melayani konsumen yang lebih ramah sesuai dengan nilai – nilai Islam

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini masih sangat jauh dari kesempurnaan dan memiliki banyak keterbatasan yang mungkin akan mempengaruhi hasil yang diinginkan maka keterbatasan ini diharapkan lebih bisa diperhatikan untuk para peneliti yang akan datang.

Keterbatasan pada penelitian ini diantaranya:

- 1) Peneliti membatasi penelitian dengan menggunakan satu variabel independen saja, yaitu *Islamic Retail Store Image*.

- 2) Keterbatasan jurnal terdahulu mengenai variabel *Islamic Retail Store Image* karena masih belum banyak yang melakukan penelitian tentang variabel ini.
- 3) Metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti menggunakan kuesioner, sehingga memungkinkan data yang diperoleh tidak terlalu mendalam.
- 4) Kemungkinan ada variabel lain yang dapat menjelaskan mengenai pengaruh minat beli konsumen pada 212 Mart.

5.4 Saran

Penelitian masih butuh penelitian berkelanjutan yang lebih terarah dan lebih luas agar kelemahan yang muncul dapat diperbaiki dan disempurnakan. Saran dari penelitian ini peneliti selanjutnya adalah:

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain dan memperluas populasi atau menambah jumlah reponden agar diperoleh hasil penelitian yang lebih bervariasi. Variabel lain seperti harga, lokasi, promosi dan sebagainya agar mendapatkan hasil yang lebih objektif kemudian menentukan keragaman variabel independen dalam melakukan penelitian dan peneliti bisa menambahkan teknik pengumpulan data dengan wawancara.

Saran konkrit bagi 212 Mart:

1. 212 Mart diharapkan dapat meningkatkan variasi produk karena dalam penelitian ini indikator terendah dari semua indikator yang terdapat dalam *Islamic Retail Store Image* dengan pernyataan 212 Mart menyediakan pilihan produk muslim yang beragam, dapat disimpulkan bahwa responden tidak menemukan keragaman

produk pada 212 Mart. Sehingga 212 Mart untuk lebih dapat menambahkan variasi produk yang bernuansa Islami pada 212 Mart. Selain itu 212 Mart diharapkan mempunyai produk-produk yang spesifik dengan nuansa islami agar menjadi pembeda dengan toko retail lainnya.

2. Diharapkan 212 Mart memperhatikan *supplier* yang menjadi pemasok produk yang seharusnya berasal dari produsen muslim agar semua produk yang dijual dapat dijamin kehalalannya yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.
3. 212 Mart diharapkan dapat meningkatkan *training* kepada tenaga penjual karena sesuai dengan nilai indikator paling rendah yang terdapat pada dimensi kemanusiaan yaitu tenaga penjual di 212 Mart berpengetahuan luas mengenai produk.
4. 212 Mart diharapkan memperhatikan atau mengubah cara berpakaian tenaga penjualnya agar sesuai dengan syariat Islam. Karena tenaga penjual di 212 Mart masih berpakaian yang belum sesuai dengan syariat Islam.
5. 212 Mart diharapkan memperbaiki suasana tokonya karena tata letak produk yang masih belum tertata dengan rapi dan masih adanya rak – rak produk yang masih kosong.