

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil pengolahan data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, Pengaruh Promosi, *Customer Service*, Lokasi, Dan *Store Design & Display* Terhadap Keputusan pembelian Pada Minang Mart Gurun Laweh 1 di Kota Padang secara empiris ditemukan beberapa bukti dari jawaban hipotesis yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel promosi tidak mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini disebabkan karena promosi yang kurang dilakukan oleh Minang Mart Gurun Laweh 1 ini, dan konsumen pada Minang Mart Gurun Laweh 1 sebagian besar adalah masyarakat sekitar toko yang membuat promosi tidak terlalu menjadi perhatian dan pengaruh terhadap konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.
2. Variabel *customer service* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menandakan pelayanan yang diberikan oleh Minang Mart Gurun Laweh 1 dapat melayani konsumen dengan baik sehingga konsumen menjadi puas pada saat berbelanja pada Minang Mart Gurun Laweh 1, baik disegi kebersihan toko, dan karyawan yang mampu membantu konsumen dalam berbelanja , dan Serta fasilitas pelayanan seperti menyediakan proses pembayaran berbasis elektronik seperti menggunakan kartu Kredit/Debit untuk pembayaran dapat memudahkan konsumen.
3. Variabel lokasi ini menunjukkan hasil yang signifikan terhadap keputusan pembelian. lokasi toko Minang Mart Gurun Laweh 1 mudah ditemukan oleh konsumen. Ini dikarenakan Toko Minang Mart Gurun Laweh 1 terletak di pinggir jalan dan berada pada jalan yang ramai dilewati oleh warga kota Padang selain itu lokasi Minang Mart Gurun Laweh 1 ini berada disekitaran komplek perumahan yang membuat Minang

Mart adalah salah satu pilihan untuk warga setempat untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Selain itu Minang Mart Gurun Laweh 1 juga memiliki area parkir yang cukup luas yang membuat konsumen nyaman dan tidak takut untuk berbelanja karena susah mencari tempat parkir pada saat ingin berbelanja.

4. Variabel *Store design & Display* ini menunjukkan hasil yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. dikarenakan tampilan dan pemajangan produk yang dilakukan Minang Mart Gurun Laweh 1 tidak terlalu mempengaruhi konsumen. Sehingga dalam keputusan pembelian konsumen terhadap Minang Mart Gurun Laweh 1 tidak di pengaruhi oleh *Store design & Display* pada Minang Mart Gurun Laweh 1.

## 5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa variabel independen yang terdiri dari Promosi, *Customer Service*, Lokasi, Dan *Store Design & Display* mempunyai implikasi tersendiri bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian namun secara keseluruhan konsumen Minang Mart Gurun Laweh 1 setuju dengan pernyataan dan indikator yang dipaparkan pada penelitian ini.

Adapun implikasi yang dapat dikembangkan oleh Minang Mart Gurun Laweh 1 antara lain:

- Dari aspek promosi sebaiknya meningkatkan kegiatan promosi melalui media sosial seperti Instagram, facebook dan juga agar mengaktifkan kembali websitenya. Salah satu cara yang banyak dilakukan oleh para pelaku usaha dalam mempromosikan Minang Mart menggunakan jasa kurir online yang sudah banyak dipakai oleh konsumen di Padang. Hal ini sangat disarankan untuk dilakukan Minang Mart Gurun Laweh 1, karena pada saat ini semakin berkembangnya jasa kurir online seperti

Gojek, Grab dan lainnya menjadi sarana yang efisien dalam segi biaya maupun waktu untuk melakukan promosi. Selain itu Minang Mart Gurun Laweh 1 juga disarankan melakukan promosi melalui media lainnya seperti memasang iklan pada baliho (*advertising*) dan memasangnya didaerah pusat keramaian, di persimpangan jalan, dan di jalan akses masuk menuju Kota Padang. Karena Kota Padang merupakan ibukota dari provinsi Sumatera Barat.

- Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapat jika dilihat dari aspek *customer service*, Minang Mart Gurun Laweh 1 agar meningkatkan pelayanannya dengan memakai ciri khas orang Minangkabau. Contohnya saja dengan memakai tutur kata orang Minangkabau yang sesuai dengan budaya Minangkabau seperti Kato Nan Ampek. Selain itu karyawannya agar selalu di kontrol secara berkala apakah telah melayani konsumen dengan baik. Misalnya saja dengan melakukan pemantauan langsung ke toko 1 kali seminggu.
- Dari aspek Lokasi, Minang Mart Gurun Laweh 1 agar ada tempat parkir yang lebih memadai seperti adanya perbedaan antara parkir mobil dan motor.
- Dari aspek *store design & display*, Minang Mart Gurun Laweh 1 agar tidak mengadopsi gerai-gerai mart yang telah ada karena saat ini store design dan display Minang Mart coraknya hampir serupa dengan Indomaret. Kedepannya, diharapkan agar Minang Mart mempunyai ciri khas dari Minangkabau seperti bendera Marawa atau memberi menggunakan warna yang unik khas memang milik Minang Mart itu sendiri.

### 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 kuisisioner 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 pembelian diluar variabel yang peneliti teliti.

### 5.4 Saran Akademis

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. Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian maka dapat diajukan saran – saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya
  - A. Untuk penelitian yang akan datang diharapkan dapat memperluas daerah penelitian karena jumlah responden atau sampel yang masih relatif kecil, untuk itu pengambilan sampel tidak hanya dilakukan terhadap satu daerah saja, sehingga data yang diperoleh dapat lebih besar.

B. Penelitian yang akan datang diharapkan untuk dapat memperluas model penelitian ini dan menambahkan beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen diluar variabel yang peneliti gunakan ini, seperti faktor harga, kualitas produk, diferensiasi produk, *store atmosphere*, dan lainnya.

## 2. Bagi Perusahaan

A. Minang Mart Gurun Laweh 1 ini pada promosi sebaiknya meningkatkan kegiatan promosi melalui media sosial seperti Instagram, facebook dan juga agar mengaktifkan kembali websitenya. Salah satu cara yang banyak dilakukan oleh para pelaku usaha dalam mempromosikan Minang Mart menggunakan jasa kurir online yang sudah banyak dipakai oleh konsumen di Padang.

B. *Store design & display*, Minang Mart Gurun Laweh 1 agar tidak mengadopsi gerai-gerai mart yang telah ada karena saat ini store design dan display Minang Mart coraknya hampir serupa dengan Indomaret. Kedepannya, diharapkan agar Minang Mart mempunyai ciri khas dari Minangkabau seperti bendera Marawa atau memberi menggunakan warna yang unik khas memang milik Minang Mart itu sendiri.

