

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan hasil penelitian tentang pengaruh kelengkapan produk, harga produk, dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian pada MR.DIY di Kota Padang, jadi kesimpulan yang diambil sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga semakin lengkap dan beragam produk yang ditawarkan maka semakin berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga harga yang diberikan terjangkau dan sesuai dengan kualitas maka semakin mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga berpengaruh dengan suasana toko (*store atmosphere*) yang nyaman, bersih, dan rapi saat berbelanja dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

5.2 Implikasi Penelitian

Implikasi dari uji pemeriksaan yang sudah dilakukan di penelitian ini dimana nanti akan dirasakan baik oleh akademis maupun perusahaan MR.DIY.

5.2.1 Bagi MR.DIY

Adapun implikasi yang nantinya dirasakan bagi MR.DIY :

1. Hasil yang diberikan dalam penelitian ini, kelengkapan produk secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. Implikasi dari hasil penelitian ini adalah dengan tersedianya jenis produk, merek produk, dan ukuran produk yang beraneka ragam dan lengkap serta produk yang berkualitas yang dirasakan oleh konsumen MR.DIY akan menciptakan keputusan pembelian. Untuk itu MR.DIY dapat mempertahankan hal ini dan meningkatkan lagi ragam produk dan kualitas produk dalam penawaran.
2. Hasil yang diberikan pada penelitian ini, harga produk secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. Implikasi dari hasil penelitian ini adalah dengan terjangkaunya harga yang diberikan sepadan dengan daya beli konsumen MR.DIY sehingga akan menciptakan keputusan pembelian. Untuk itu MR.DIY dapat mempertahankan dan meninjau harga sepadan dengan kualitas dan manfaat produk sehingga sesuai dengan daya beli konsumen.
3. Hasil yang diberikan pada penelitian ini, store atmosphere secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. Implikasi dari hasil penelitian ini adalah bagi konsumen dapat merasakan suasana MR.DIY akan menciptakan keputusan

pembelian. Untuk itu MR.DIY dapat mempertahankan hal ini dan meningkatkan lagi terkait dengan suasana yang nyaman, interior dan memudahkan mencari produk.

5.2.2 Bagi Akademis

Harapannya dari penulis kepada para akademis, agar hasil dari penelitian ini nantinya dapat memberikan komitmen dan partisipasi untuk mendorong kemajuan ilmu pengetahuan. Bagi organisasi yang konsumennya dijadikan sebagai objek eksplorasi, serta terhadap para analis lain yang nantinya akan melakukan eksplorasi serupa.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Pada proses penulisan penelitian ini, terdapat kelemahan sehingga di penelitian ini punya keterbatasan seperti berikut :

1. Terbatasnya waktu penelitian mengakibatkan peneliti belum bisa mendapatkan hasil yang maksimal.
2. Keadaan yang sesungguhnya masih kurang tergambarkan dengan jumlah responden sebanyak 170 orang.
3. Objek penelitian hanya berpusat pada variabel kelengkapan produk, harga, dan store atmosphere dalam mempengaruhi keputusan pembelian, dimana masih banyak variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.
4. Pada proses pengambilan data, ketika responden mengisi kuesioner, tanggapan mereka mungkin tidak selalu mencerminkan pendapat

mereka yang sebenarnya. Mengenai ini disebabkan oleh macam-macam faktor, yaitu kejujuran responden dalam menyampaikan pendapatnya, serta perbedaan pemikiran, asumsi, dan pemahaman yang dimiliki oleh setiap responden.

5.4 Saran

Pendapat penulis yang disampaikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai penelitian dari temuan tersebut yaitu :

1. Bagi MR.DIY, diharapkan toko MR.DIY dapat mempertahankan atau meningkatkan kualitas toko baik dari segi kelengkapan produk, harga produk maupun *store atmosphere* toko karena sangat berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen yang dimana dapat memberikan keuntungan bagi MR.DIY.
2. Bagi konsumen, sebaiknya konsumen harus tetap pintar memilih produk atau harga walaupun sudah di rekomendasikan dari orang lain
3. Untuk peneliti berikutnya, berharap dapat menjangkau variabel-variabel lainnya diluar variabel pada penelitian ini dalam hal mempengaruhi keputusan pembelian, seperti variabel *service quality*, promosi, lokasi serta variabel lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian.
4. Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan, yaitu terdapat wilayah cakupan di dalamnya dan variabel yang ditetapkan dijadikan faktor pada keputusan pembelian. Maka daripada itu, di penelitian selanjutnya peneliti berharap bisa melengkapi penelitian ini dan menjadikan penelitian terdahulu sebagai rujukan untuk kedepannya.