

BAB 5

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis sesuai dengan pembahasan diatas, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Adanya pengaruh antara kelengkapan barang dengan keputusan pembelian konsumen pada Minang Mart di Kota Padang. Hal ini menunjukkan bahwa kelengkapan barang dari suatu gerai minimarket Minang Mart dapat menimbulkan keputusan pembelian konsumen.
2. Adanya pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Minang Mart di Kota Padang Hal ini menunjukkan bahwa dengan harga produk yang diberikan oleh Minang Mart serta dengan membuat beberapa terobosan promosi maka akan sangat mudah bagi konsumen dalam melakukan pada saat berbelanja Minang Mart di Kota Padang.
3. Adanya pengaruh antara lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Minang Mart di Kota Padang. Hal ini menunjukkan bahwa dengan Minang Mart mempunyai lokasi gerai strategis yang dekat dengan pemukiman warga dan fasilitas-fasillitas umum serta mudahnya untuk dicapai, hal ini yang membuat konsumen tertarik dalam melakukan keputusan pembelian.

5.2. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, terdapat beberapa implikasi yang diperoleh untuk perusahaan Minang Mart dengan tujuan untuk meningkatkan omset perusahaan dan gerai-gerai tentunya. Berdasarkan hasil penelitian ini didapatkan bahwa pada variabel kelengkapan barang terdapat indikator yang paling menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian adalah gerai tersebut menawarkan produk dengan jenis produk yang bermacam-macam, maka dari pihak Minang Mart sebaiknya untuk lebih sering dan lebih memerhatikan ketersediaan stok dari jenis-jenis produk dan juga merek-merek produk yang ingin ditawarkan itu tersedia sesuai dengan yang diinginkan konsumen.

Selanjutnya didalam variabel harga didapatkan bahwa terdapat indikator yang paling menarik konsumen yaitu harga produk yang ditawarkan Minang Mart sesuai dengan kemampuan konsumen, maka pihak Minang Mart terus mengontrol harga-harga yang ditawarkan supaya terus bisa sesuai dengan kemampuan konsumen. Lalu terdapat pernyataan dalam kuesioner variabel harga yang menyatakan Minang Mart selalu memberikan promo berupa potongan harga, dari pernyataan tersebut banyak responden yang menyatakan tidak setuju. Maka dari pihak Minang Mart untuk kedepannya harus bisa membuat promo-promo menarik salah satunya dengan memberlakukan potongan harga agar dapat membuat banyak konsumen lebih tertarik untuk berbelanja di Minang Mart.

Terakhir dalam variabel lokasi didapatkan bahwa terdapat indikator yang menarik bagi konsumen yaitu gerai Minang Mart memiliki lokasi strategis yang

dekat dengan pemukiman warga, maka pihak Minang Mart bisa lebih memerhatikan dalam menentukan lokasi untuk mendirikan sebuah gerai apakah mempunyai lokasi yang strategis yang dekat dengan pemukiman warga. Dengan Minang Mart memerhatikan lokasi seperti itu maka akan dapat membuat konsumen-konsumen untuk berbelanja di Minang Mart.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman peneliti dalam melakukan penelitian ini, penelitian menyadari bahwa hasil penelitian ini tidak sempurna serta memiliki banyak keterbatasan yang mempengaruhi hasil yang diharapkan. Oleh karena itu keterbatasan ini diharapkan lebih diperhatikan lagi untuk peneliti-peneliti selanjutnya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Objek dalam penelitian ini terbatas pada masyarakat Kota Padang yang melakukan keputusan pembelian pada Minang Mart.
2. Jumlah sampel yang diolah dalam penelitian ini terbatas yaitu hanya sebanyak 120 orang responden, dikarenakan masa pandemi Covid-19 ini yang mengharuskan dalam pengisian kuesioner menggunakan google form memakai gadget yang sebagian besar digunakan oleh usia millennial sehingga belum sesuai dengan Minang Mart yang berjenis *convenience store* yang banyak menjual produk-produk rumah tangga.
3. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya kelengkapan barang, harga, dan lokasi sehingga tidak dapat mengetahui secara keseluruhan hal-hal mempengaruhi keputusan pembelian responden.

4. Penelitian ini hanya menggunakan data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh responden, sehingga data yang diperoleh dalam penelitian ini terbatas..

5.4. Saran

Berikut adalah beberapa saran yang dapat dilakukan oleh peneliti selanjutnya, yaitu:

1. Disarankan untuk jumlah sampel yang menjadi responden diperbanyak lagi sehingga hasil penelitian menjadi lebih baik lagi.
2. Disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk variabel independen dapat menggunakan variabel independen lainnya untuk mengukur keputusan pembelian konsumen di minimarket.
3. Diharapkan penelitian ini bisa menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya sebagai tinjauan pustaka serta sebagai sumber referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian mengenai kelengkapan produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen minimarket.
4. Diharapkan dalam menentukan populasi penelitian harus lebih dipersempit lagi kriterianya sesuai dengan yang dibutuhkan objek.