

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

1. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Barang Dagangan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
5. Bauran Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
6. Suasana Toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2. Saran

1. Variabel Lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, tetapi dalam indikator lokasi toko Sumber Wangi mudah dijangkau dengan transportasi umum menunjukkan skor nilai respon responden sebesar 4,21 hal ini disebabkan tempat toko sumber wangi terletak di jalan yang satu arah saran untuk Toko Sumber Wangi kedepan untuk membuka cabang yang aksesnya jalannya bisa dijangkau kendaraan dua arah, serta untuk tersedia lahan parkir yang memadai di toko sumber wangi menunjukkan skor nilai respon responden sebesar 4,21 hal ini disebabkan ketersediaan lahan parkir pada Toko sumber terkadang kurang luas untuk kedepannya lahan parkir toko Sumber Wangi memperluas lahan parkir karena

semakin banyaknya pengunjung membuat kesulitannya untuk mencari tempat parkir..

2. Barang Dagangan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dalam hal ini indikator kualitas barang dagangan dan kebersihan toko Sumber Wangi menunjukkan skor nilai respon responden sebesar 4,05 dibandingkan dengan hasil skor nilai responden hasilnya lebih rendah maka untuk kedepannya toko Sumber Wangi lebih memperhatikan kualitas barang dagangan dan kebersihan toko lebih ditingkatkan agar konsumen tertarik dan berbelanja kembali di toko Sumber Wangi.
3. Variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tetapi dalam indikator skor nilai responden tentang harga produk bahan roti menunjukkan nilai 4,02 hal ini disebabkan harga di toko Sumber Wangi terkadang kurang sesuai dengan kualitas untuk kedepannya toko Sumber Wangi harus memperhatikan harga produk yang berkualitas harusnya di jual dengan harga agak miring dari harga pasaran maka akan menaikkan minat beli konsumen untuk membeli kembali di toko sumber wangi.
4. Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini terlihat pada indikator skor nilai respon responden sebesar 4,05 untuk media promosi dengan bagi brosur sudah efektif tetapi untuk kedepannya toko Sumber Wangi disamping membagi brosur kepada pengunjung yang datang toko Sumber Wangi menerapkan bagi brosur penduduk sekitar toko atau ke radius agak jauh untuk memperkenalkan toko ke masyarakat umum agar tertarik untuk datang membeli ke toko Sumber Wangi.

5. Variabel Bauran Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga dalam pelayanan sebuah toko yang ramah tamah membuat meningkatnya dalam keputusan pembelian tetapi untuk indikator skor nilai responden tentang karyawan tanggap terhadap keluhan konsumen menunjukkan nilai 4,06 hal ini keterbatasannya kekuasaan karyawan dalam menanggapi keluhan konsumen atau tukar barang harus lapor kepada pemilik toko dan untuk kedepannya toko Sumber Wangi memberikan kekuasaan kepada karyawan jika untuk konsumen hendak tukar barang jika barang tersebut di kira rusak ataupun kurang sesuai harus langsung bisa di tangani berhenti di karyawan tidak laporan kepada pemilik toko.
6. Suasana Toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tetapi untuk indikator skor nilai respon responden di tata letak atau lay out barang dagangan menunjukkan nilai 4,08 hal ini disebabkan terkadang sering terjadi penempatan bahan roti dengan kualitas biasa tertumpuk di kualitas baik permasalahan ini terjadi karena konsumen yang tergesa-gesa memilih dan menaruh barang tidak pada tempatnya sehingga menyebabkan bercampurnya produk satu dengan yang lain untuk kedepannya toko bahan roti Sumber Wangi harus lebih memperhatikan hal tersebut dengan cara mengontrol tiap jam letak produk atau barang agar tidak bercampur.
7. Untuk variabel keputusan pembelian sudah baik tetapi untuk bahan roti yang tersedia di toko Sumber Wangi menunjukkan skor nilai 3,65 hal ini disebabkan karena terkadang jika bahan yang dicari konsumen kehabisan stock menjadikan konsumen menunggu dan ada sebagian konsumen juga

membutuhkan dalam keadaan mendesak hal ini akan menyebabkan konsumen mencari di toko lain kejadian ini sering terjadi jika menjelang hari Raya Idul Fitri dan Natal, untuk kedepannya jika mau mendekati hari Raya Idul Fitri dan Natal toko sumber wangi melengkapi barang dagangan yang dibutuhkan konsumen lebih banyak agar tidak terjadi kekosongan.

8. Diharapkan agar penelitian selanjutnya dapat menggunakan alat analisis berbeda maupun metode penelitian berbeda seperti kualitatif agar didapatkan hasil lebih mendalam dengan menggali jawaban responden melalui wawancara. Kemudian menggali lebih dalam profil responden melalui kuesioner, misalnya jenis kelamin, pendidikan, pendapatan, atau lama waktu berkunjung yang dihabiskan responden agar bisa lebih mendalami pengaruh dari bauran ritel.

