

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan uji hipotesis pada bab sebelumnya, maka simpulan yang dapat diajukan adalah sebagai berikut ini.

##### 1. Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi diketahui nilai *Adjusted R<sub>square</sub>* = 0,508. Hal ini berarti bahwa keputusan pembelian konsumen dapat dijelaskan oleh variabel produk, harga, pelayanan, dan lokasi dengan nilai sebesar 50,8%, sedangkan sisanya 49,2% dijelaskan oleh variabel-variabel diluar keempat variabel tersebut.

##### 2. Regresi Linier Berganda

Hasil analisis data diperoleh bentuk persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut ini.

$$Y = 0,432 + 0,258X_1 + 0,225X_2 + 0,240X_3 + 0,139X_4$$

Arti dari persamaan tersebut adalah jika variabel produk (X1), variabel harga (X2), variabel pelayanan (X3), dan variabel lokasi (X4) sebesar nol (0), maka besarnya keputusan pembelian 0,432 yang artinya keputusan pembelian meningkat.

### 3. Pengujian Hipotesis

- a) Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa variabel produk (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Maju Hardware Madiun. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen Toko Maju Hardware Madiun dalam mengambil keputusan pembelian terhadap produk lebih mendasarkan pada pertimbangan kualitas produk, merek yang beragam, dan produk yang bervariasi dan lengkap.
- b) Variabel harga (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Maju Hardware Madiun. Harga yang lebih murah dari pesaing, dapat dijangkau, harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat produk, dan terdapat potongan harga yang diberikan Toko Maju Hardware Madiun mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.
- c) Variabel pelayanan (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Maju Hardware Madiun. Hal-hal yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian di Toko Maju Hardware Madiun yaitu pelayanan para karyawan dalam melayani konsumen sangat cepat. Toko Maju Hardware Madiun juga menyediakan kursi untuk konsumen yang lelah dan memutar musik di dalam ruangan, untuk meminimalisir kebosanan konsumen saat berbelanja. Toko Maju Hardware Madiun membuat ruangan yang nyaman untuk

konsumen dengan menyediakan fasilitas *wi-fi*, AC, penerangan yang baik, dan menyediakan tempat parkir. Toko Maju Hardware Madiun menggunakan jasa *security* untuk memberikan rasa aman kepada konsumen dalam berbelanja dan *security* juga siap membantu konsumen yang masih bingung mencari produk yang diinginkan atau konsumen yang bertanya.

- d) Variabel lokasi (X4) menjadi satu-satunya variabel yang berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Maju Hardware Madiun. Hal ini mengindikasikan lokasi belum dikelola dengan baik oleh Toko Maju Hardware Madiun untuk dapat mempengaruhi keputusan konsumen berbelanja.
- e) Variabel produk (X1), harga (X2), pelayanan (X3), dan lokasi (X4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Maju Hardware Madiun. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen Toko Maju Hardware Madiun dalam mengambil keputusan pembelian dipengaruhi faktor produk, harga, pelayanan, dan lokasi.

## **B. Saran**

- a. Saran Untuk Toko Maju Hardware Madiun
  - 1. Manajemen Toko Maju Hardware Madiun dalam menjual produk kepada konsumen hendaknya selalu menjaga kualitas produk,

dengan cara rutin memeriksa produk di gudang dan memastikan tidak ada produk yang cacat dari distributor. Menambah jaringan distributor sebagai pemasok agar merek produk yang tersedia semakin beragam. Menambah variasi dan kelengkapan produk agar konsumen lebih puas dalam berbelanja, dengan cara selalu mengikuti perkembangan teknologi yang terkini dan harus memahami selera konsumen yang sering berubah-ubah.

2. Manajemen Toko Maju Hardware Madiun dalam menetapkan harga hendaknya selalu memperhatikan harga-harga produk yang ditawarkan, seperti rutin memeriksa harga pasaran. Segera membuat brosur terbaru, jika terjadi perubahan harga agar konsumen tidak terkejut dan dapat langsung menerima perubahan harga tersebut serta membuat brosur harga untuk produk lain yang paling sering ditanyakan konsumen. Selalu memperhatikan kualitas produk, agar kualitas tersebut sesuai dengan harga produk yang dibeli konsumen, dan hal ini dapat memberi kepuasan yang lebih untuk konsumen setelah membeli produk tersebut. Manajemen Toko Maju Hardware Madiun juga dapat memberikan potongan harga pada hari-hari besar nasional (Hari Guru, Hari Pendidikan Nasional, dan tahun ajaran baru), agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian.
3. Manajemen Toko Maju Hardware Madiun hendaknya menjaga kualitas fasilitas AC, dan penerangan dengan cara rutin memeriksa

dan melakukan *service* agar konsumen yang sudah jauh-jauh datang tidak merasakan lelah dan kecewa. *Security* selain menjaga keamanan Toko Maju Hardware Madiun juga harus siap membantu memberikan informasi kepada konsumen yang terlihat sedang kebingungan dengan ramah. Manajemen Toko Maju Hardware Madiun harus selalu menjaga suasana yang nyaman, seperti menyediakan lebih banyak kursi tunggu untuk konsumen yang sedang menunggu antrian. Para karyawan pun hendaknya selalu memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, serta harus mengetahui informasi tentang harga dan spesifikasi produk dengan baik. Toko Maju Hardware Madiun menerapkan sistem antrian yang datang terlebih dahulu langsung dilayani, sehingga tidak terjadi konsumen yang datang terakhir dilayani lebih dulu saat mencari dan memilih produk. Toko Maju Hardware Madiun hendaknya memutar *instrument* musik karena dapat membuat suasana lebih tenang. Harapan semua itu dilakukan agar mampu lebih mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian di Toko Maju Hardware Madiun dan akan menambah kepuasan konsumen dalam berbelanja.

4. Berdasarkan penelitian ini lokasi Toko Maju Hardware Madiun tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Toko Maju Hardware Madiun harus mengembangkan hal penting lokasi yang dapat dikembangkan agar menjadi faktor

yang secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sebagai contoh, peneliti menyarankan agar manajemen Toko Maju Hardware Madiun hendaknya membuat penunjuk arah lebih informatif di sekitar Plaza Madiun dan di pinggir jalan yang menuju ke lokasi Toko Maju Hardware Madiun (Jalan Perintis) untuk mempermudah konsumen dalam mencari lokasi Toko Maju Hardware Madiun. Toko Maju Hardware Madiun sebaiknya menyewa sebuah *stand* yang terletak di dekat pintu utama Plaza Madiun untuk memberikan informasi kepada pengunjung dan konsumen terkait lokasi maupun produk-produk baru yang disediakan Toko Maju Hardware Madiun. Desain ruangan di dalam Toko Maju Hardware Madiun juga perlu ditata ulang dan merapikan penempatan rak-rak agar toko terlihat lebih luas dan suasana ruangan dapat menjadi lebih menarik agar konsumen tertarik untuk berkunjung dan melakukan pembelian. Beberapa saran tersebut diharapkan dapat membuat faktor lokasi mempengaruhi konsumen secara signifikan untuk tertarik berkunjung dan melakukan pembelian.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama, sebaiknya menambahkan variabel lain seperti promosi (Erwin, 2011) dan distribusi (Hariadi dan Soebari, 2013) yang

dimungkinkan berpengaruh terhadap keputusan pembelian serta menambah jumlah sampel.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- \_\_\_\_\_. 2003. *Manajemen Penelitian*. Cetakan keenam. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Budiyono. 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Surakarta: UNS Press.
- Chaniago, Junaidi. 2010. Tabel r, Duwbin Watson, t, dan F. <http://junaidichaniago.wordpress.com/2010/04/22/download-tabel-f-lengkap>. Diakses tanggal 24 Mei 2014.
- Cooper, Donald R. dan C. William Emory. 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Jilid I Edisi kelima. Jakarta: Erlangga.
- Hariadi, Doni dan Soebari Martatmodjo. 2013. “Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Projector Microvision”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 1 No. 1, Januari 2013 hal. 67-87.
- Foster, Bob. 2008. *Manajemen Retail*. Bandung: Alfabeta.
- Fure, Hendra. 2013. “Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca”. *Jurnal EMBA*. Vol.1 No.3 September 2013 hal. 273-283.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Proram SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi pertama cetakan kedua. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Jogiyanto. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, Philip. 1993. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketujuh. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- \_\_\_\_\_. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo.
- \_\_\_\_\_. dan Gary Armstrong. 1995. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi keenam, Jilid I. Jakarta: Intermedia.



- \_\_\_\_\_. dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua belas, Jilid II. Jakarta: PT Indeks.
- Ma'ruf, Hendri. 2006. *Pemasaran Retail*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka utama.
- Narbuko dan Abu. 2001. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Nawawi, Hadari dan Martini Hadari. 1995. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Purwati, Heri dan Rohmawati. 2012. "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat". *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS)*. Vol. 2 No. 3 September 2012 hal. 260-277.
- Raf, Mulyadi. 2012. "Pengaruh Faktor-faktor Memotivasi Konsumen Berbelanja terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja di Pasar Modern Kota Jambi". *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 1 No. 1 Januari – Maret 2012 hal. 63-75.
- Rediono Tan, Erwin. 2011. "Pengaruh Faktor Harga, Promosi, dan Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen Untuk Belanja di Alfamart Surabaya". *Jurnal Kewirausahaan*. Vol. 5 No. 2 Desember 2011 hal. 25-30.
- Santoso, Aprih dan Widowati Sri Yuni. 2011. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Kopima Usm)". *J. Dinamika Sosbud*. Vol. 13 No. 2, Desember 2011 hal. 179-190.
- Santoso, Singgih. 2001. *Statistik Non Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sarwono, Jonathan dan Tutty Martadiredja. 2008. *Riset Bisnis: untuk Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media.
- Simamora, Bilson. 2004. *Riset Pemasaran: Falsafah, Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Sukotjo, Hendri dan Sumanto Radix. 2010. "Analisa *Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence)* terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya". *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*. Vol.1 No. 2 Oktober 2010 hal. 216-228.
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: PT Ghalia Indonesia.
- Suparmoko M. 1999. *Metode Penelitian Praktis*. Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- \_\_\_\_\_. 2001. *Manajemen Penjualan*. Edisi 3. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra Gregorius. 2007. *Service Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. dan Anastasia Diana. 1995. *Total Quality Management*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Bisnis*. Cetakan pertama. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, Christina Whidya. 2012. *Manajemen Retail*. Jakarta: Salemba Empat.
- Vinci, Maharani. 2009. *Manajemen Bisnis Eceran*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.