

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di Samudra *Supermarket* Madiun yang ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,672 > 1,66071$) dengan signifikansi sebesar 0,000.
2. *Store atmosphere* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di Samudra *Supermarket* Madiun yang ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,993 > 1,66071$) dengan signifikansi sebesar 0,004.
3. Harga produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di Samudra *Supermarket* Madiun yang ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,240 > 1,66071$) dengan signifikansi sebesar 0,027.

B. Implikasi Manajerial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat bagi perusahaan Samudra *Supermarket* Madiun. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi mengenai lokasi, *store atmosphere*, dan harga produk terhadap keputusan pembelian. Identifikasi mengenai berbagai permasalahan yang dihadapi perusahaan selama ini dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan penjualan dikemudian hari.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih mempunyai beberapa keterbatasan diantaranya sebagai berikut:

1. Sampel dan objek pada penelitian ini hanya terbatas pada konsumen Samudra *Supermarket* di Madiun saja. Dikarenakan adanya keterbatasan waktu dan biaya dari peneliti.
2. Terdapat faktor selain lokasi, *store atmosphere*, dan harga produk yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yang tidak dibahas dalam penelitian ini, seperti: promosi, kualitas layanan, lokasi, budaya, sosial, dan psikologis.
3. Penelitian ini hanya terbatas pada toko ritel yang menjual kebutuhan pokok dan kebutuhan rumah tangga, sehingga tidak dapat diterapkan pada keputusan pembelian konsumen pada bentuk ritel yang lain.

D. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran yaitu variabel lokasi, *store atmosphere*, harga produk, mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian di Samudra *Supermarket* di Madiun. Diharapkan Samudra *Supermarket* di Madiun dapat terus mempertahankan dan meningkatkan *retail mix* yang telah dilakukan untuk membantu meningkatkan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariestonandri, Prima. 2006. *Marketing research for Beginner*. Yogyakarta: Andi.
- Dajan, Anto. 1996. *Pengantar Metode Statistik Jilid II*. Jakarta: LP3ES
- Dessyana, Cindy. 2013. *Store Atmosphere pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Texas Chicken Mutimart II manado*. *Jurnal EMBA*. Vol. 1. No.3 Juni 2013, Hal. 844-852.
- Foster, Bob. 2008. *Manajemen Retail*. Bandung:Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Maria Sepang, Jantje Sepang, Mac Donald. 2014. *Analisis Produk, Harga, Promosi, dan Tempat Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Kota Manado*. *Jurnal EMBA* Vol. 2 No.3 September 2014, Hal. 622-631.
- Ma'ruf, Hendri. 2011. *Pemasaran Retail*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Malhotra, Naresh K. 2007. *Marketing Research an Applied Orientation*. *New Jersey: Pearson Education*.
- Mulyadi, Raf. 2012. *Pengaruh Faktor-Faktor Memotivasi Konsumen Berbelanja Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja di Pasar Modern Kota Jambi*. Vol 1 No. 1 Januari-Maret 2012.
- Narbuko dan Abu. 2001. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Priyatno, Duwi. 2009. *5 Jam Belajar Olah Data Dengan SPSS 17*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Purwati, Heri, dan Rohmawati. 2012. *Pengaruh Harga & Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat*. *Jurnal Ekonomi & Informasi Akuntansi (JENIUS)*. Vol.2 No. 3 September 2012 hal 260-267.

- Sandy Sinambow, Irvan Trang. 2015. *Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Komputer Game Zone Mega Mall Manado*. Jurnal EMBA Vol.3 No.3 Sept. 2015, Hal.300-311.
- Sarwono, Jonathan, dan Tutty Martadiredja. 2008. *Riset Bisnis: Untuk Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Shiffman, Leon, dan Leslie Lazar Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT indeks.
- Sugiyono. 2013. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Edisi Kedua*. Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta, Andy Offset.
- Utami, Christina Whidya. 2012. *Manajemen Ritel, Strategi dan implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Vinci, Maharani.2009. *Manajemen Bisnis Eceran*. Bandung: Sinara Baru.