

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah ditemukan dalam penelitian di lapangan dan setelah diolah dengan menggunakan SPSS tentang strategi pemasaran, kelengkapan produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Minimarket Tj Mart Pangkalpinang yaitu dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel dalam penelitian ini yaitu variabel strategi pemasaran masuk kedalam kategori tinggi, kelengkapan produk masuk kedalam kategori tinggi dan lokasi masuk kedalam kategori tinggi dan keputusan pembelian konsumen pada Minimarket Tj Mart Pangkalpinang masuk kedalam kategori sangat tinggi. Hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata yang dihasilkan variabel strategi pemasaran sebesar 4,12, variabel kelengkapan produk sebesar 4,15, variabel lokasi sebesar 4,16 dan variabel keputusan pembelian sebesar 4,22.
2. Strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada Minimarket Tj Mart Pangkalpinang, ini ditunjukkan dari hasil analisis uji t dengan hasil analisis pada variabel strategi pemasaran bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($t_{hitung} 6,694 > t_{tabel} 1,651$ dan nilai $p = 0,000 < 0,05$).
3. Kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada Minimarket Tj Mart Pangkalpinang, ini ditunjukkan dari hasil analisis uji t dengan hasil analisis

pada variabel kelengkapan produk bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($t_{hitung} 3,897 > t_{tabel} 1,651$ dan nilai $p = 0,000 < 0,05$).

4. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada Minimarket Tj Mart Pangkalpinang, ini ditunjukkan dari hasil analisis uji t dengan hasil analisis pada variabel lokasi bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($t_{hitung} 4,408 > t_{tabel} 1,651$ dan nilai $p = 0,000 < 0,05$).
5. Strategi pemasaran, kelengkapan produk dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Minimarket Tj Mart Pangkalpinang, ini ditunjukkan dari hasil analisis uji F dengan hasil analisis pada variabel strategi pemasaran, kelengkapan produk dan lokasi bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($F_{hitung} 199,554 > F_{tabel} 2,42$ dan nilai $p = 0,000 < 0,05$).

5.2. Saran

Dari hasil penelitian, analisis data, pembahasan dan simpulan yang telah diambil, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

Diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan *referensi* untuk memungkinkan penelitian selanjutnya, baik yang bersifat melanjutkan penelitian yang sama maupun untuk melengkapi penelitian dimasa yang akan datang mengenai pengaruh strategi pemasaran, kelengkapan produk dan lokasi, dikarenakan ketiga variabel independen terhadap keputusan pembelian konsumen pada Minimarket Tj Mart Pangkalpinang ini sebesar 71,4%

sedangkan sisanya 28,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model regresi, maka bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah atau menggunakan variabel-variabel independen lainnya yang potensial agar memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Minimarket Tj Mart Pangkalpinang.

2. Bagi Minimarket Tj Mart Pangkalpinang

Diharapkan dapat bermanfaat untuk Minimarket Tj Mart Pangkalpinang dalam meningkatkan lagi strategi pemasaran dalam memasarkan produk agar banyak diminati konsumen. Dalam kelengkapan produk minimarket Tj Mart hendaknya lebih meningkatkan keragaman produk, variasi produk, ketersediaan produk dan banyaknya macam merek yg tersedia misalnya tidak hanya menjual kebutuhan pokok, tetapi bisa juga menjual alat-alat kebutuhan rumah tangga, Keragaman produk yang lengkap akan menambah keyakinan konsumen akan ketersediaan produk yang terdapat di Minimarket Tj Mart Pangkalpinang, hingga konsumen yakin dan tertarik untuk memutuskan pembelian di Minimarket Tj Mart Pangkalpinang. Sedangkan dalam lokasi hendaknya Minimarket Tj Mart pangkalpinang membuat konfigurasi toko yang lebih menarik dan menyediakan ruang tunggu yang lebih nyaman dan aman. Membantu dalam menjalankan visi dan misi Minimarket Tj Mart Pangkalpinang agar terus dan terus menjadi minimarket yang di percaya konsumen. Minimarket Tj Mart Pangkalpinang harus mensiasati bagaimana konsumen agar lebih meningkatkan pembeliannya dan tidak terpengaruh oleh minimarket lain.

