



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian menunjukkan hasil bahwa koefisien korelasi adalah 0,392 sedangkan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) adalah 0,118, yang berarti bahwa pengaruh antara produk (X_1), harga (X_2), suasana toko (X_3), dan kualitas pelayanan (X_4) terhadap keputusan pembelian konsumen sangat rendah. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Minimarket Handayani Klampis Ngasem di Surabaya selain variabel yang telah diteliti.
2. Dalam menguji secara parsial antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dengan menggunakan uji t dapat diketahui bahwa:
 - a. Hasil analisa diperoleh bahwa variabel bebas yaitu produk (X_1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Y_1) di Minimarket Handayani Klampis Ngasem di Surabaya. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji t dimana, nilai t_{hitung} sebesar $-554 >$ nilai $-t_{tabel}$ $-1,985$ dan tingkat signifikansi $0,588 > 0,025$.

- b. Hasil analisa diperoleh bahwa variabel bebas yaitu harga (X_2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Y_1) di Minimarket Handayani Klampis Ngasem di Surabaya. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji t dimana, nilai t_{hitung} sebesar $1,894 < \text{nilai } t_{tabel}$ $1,985$ dan tingkat signifikansi $0,068 > 0,025$.
- c. Hasil analisa diperoleh bahwa variabel bebas yaitu suasana toko (X_3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Minimarket Handayani Klampis Ngasem di Surabaya. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji t dimana, nilai t_{hitung} sebesar $2,353 > \text{nilai } t_{tabel}$ $1,985$ dan tingkat signifikansi $0,021 < 0,025$.
- d. Hasil analisa diperoleh bahwa variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X_4) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Y_1) di Minimarket Handayani Klampis Ngasem di Surabaya. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji t dimana, nilai t_{hitung} sebesar $871 < \text{nilai } t_{tabel}$ $1,985$ dan tingkat signifikansi $0,386 > 0,025$.
3. Dari perhitungan analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan:

$$Y = 9,664 - 0,047 X_1 + 0,177 X_2 + 0,178 X_3 + 0,097 X_4$$



5.2 Saran

Berdasarkan simpulan diatas penulis dapat memberikan saran diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Minimarket Handayani Klampis Ngasem di Surabaya diharapkan dapat mempertahankan keunggulan suasana toko yang sudah dimiliki oleh Minimarket Handayani sendiri, seperti melakukan perawatan berkala, melakukan perbaikan apabila terdapat kerusakan baik interior maupun eksterior, penambahan berupa hiasan kecil yang dapat mempercantik suasana toko serta dapat dilengkapi dengan berbagai pilihan lagu yang diputar selama konsumen berkunjung. Selain itu berhubung hampir sebagian konsumen adalah mahasiswa maka fasilitas WiFi lebih diperhatikan sehingga konsumen merasa nyaman dan semakin betah saat berada di Minimarket Handayani Klampis Ngasem di Surabaya.
2. Bagi penelitian lain diharapkan dapat menambahkan variabel lain diluar model, sehingga dapat diketahui faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian. Peneliti lain diharapkan mencari variabel independen lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian, karena keputusan pembelian bukan hanya dipengaruhi oleh produk, harga, suasana toko dan kualitas pelayanan tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya selain itu juga dapat menyempurnakan hasil penelitian yang penulis lakukan saat ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Aprindo. 2018. *Pertumbuhan Ritel Modern Di Indonesia*.
<http://www.marketing.co.id/brand-switching-analysis-dalam-industri-ritel-modern/>. (Di akses tanggal pada 11 Maret 2019; Pkl. 20.00)
- Asnawi & Masyhuri. 2011. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Maliki Press.
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Bermen, Berry & Joel R. Evans. 2014. *Retail Management*. New Jersey: Prentice Hall. (Di alih bahasakan oleh Lina Salim)
- Churchill, Gilbert A. 2013. *Dasar-dasar Riset Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Cravens, David W & Nigel F. Piercy. (2014). *Strategic marketing*. McGraw-Hill/Irwin.
- Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Cetakan II. Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Eunike, Amanda. 2017. Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Giant Ekspres Kapas Krampung Plaza Surabaya. *Skripsi*. Surabaya: Fakultas Ekonomi. Universitas Katolik Darma Cendika.
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian: Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Di Sertai Ilmu Manajemen*. Semarang: UNDIP PRESS.
- Francis & Thamrin Abdullah. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2014. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi IV. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, R. W. & Ebert, R. J. (2010). *Bisnis*. Edisi Ke Delapan (8). Jakarta: Erlangga.
- <http://m.cnnindonesia.com/ekonomi/ketar-ketir-dampak-berlapis-gugurnya-ritel-konvensional-di-Indonesia>. 2018. (Di akses tanggal pada 11 Maret 2019; pkl 22.30).





- <http://m.cnnindonesia.com/ekonomi./aprindo-gangguan-ecommerce-ke-industri-ritel-sangat-kecil>. 2018. (Di akses tanggal pada 11 Maret 2019; pkl 22.55).
- Kasmiruddin. (2014). Analisis Strategi Bersaing Bisnis Eceran Besar/Modern (kasus Persaingan Bisnis Ritel di Pekanbaru). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(1). 12.
- Kotler, Phillip & Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th Edition. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Kurniawati, Mimi. 2015. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Promosi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Ranch Market. *Skripsi*. Surabaya: STIESIA.
- Kantohe, Junitrianto dan Merlyn Karuntu. 2014. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Dalam Berbelanja Pada Fiesta Pasar Swalayan Manado. *Journal EMBA*. Manado: Fakultas Ekonomi Universitas Sam Ratulangi. Vol.2. No.1.
- Mardhikasari. 2016. Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Toko dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mirota Kampus. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Muanas, Ahmad. 2014. Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Buana Indomobil Trada. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Vol.3 No 12.
- Levy, Michael & Wetz, Barton A. 2012. *Retailing Management*. New York America: McGraw-Hill / Irwin.
- Levy, Weitz & Wetz. 2014. *Retailing Management*. 9th Edition. McGraw-Hill Education: Unites States Of America.
- Lamb, Charles.W, Joseph F. Hair & Carl Mcdaniel. 2012. *Pemasaran*. Edisi I. (Dialih Bahasakan oleh Bob Sabran).
- Malhotra, Naresh K. 2012. *Basic Marketing Research*. 4th Edition. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Ma'ruf, Hendri. 2010. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Payne, A. 2013. *Pemasaran Jasa*. Edisi I. Andi & Pearson Education. Yogyakarta.
- Priyatno, Duwi. 2010. *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS 22*. Yogyakarta: Mediakom.
- Schiffman, Leon & Leslie Lazar Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*. Edisi ke Tujuh (7). Cetakan Ke Empat. Jakarta: PT. Indeks.



- Sejati, Bayu Sutrisna Aria dan Yahya. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. STIESIA. Vol. 5, No. 3 Maret 2016.
- Setiyowati, Sari. 2017. Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di PB Swalayan Metro Bandar Lampung. *Skripsi*. Bandar Lampung: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Bandar Lampung.
- Stanton, William J. 2014. *Prinsip Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke Sepuluh. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarwreni, V & Poly, Endrayanto. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Soenawan, Alfredo Dwitama dan Edward Stephen Malonda. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D'Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*. Fakultas Ekonomi. Volume 3, Nomor 2.
- Thoifah, Lanatut. 2015. *Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif*. Malang: Madani.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Triyanto, Bayu. 2014. Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta.
- Utami, Christina W. 2014. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel dan Modern Di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yunda, Citra Faizah Putri. 2014. Analisis Pengaruh Lokasi, Persepsi, Harga, dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Semarang Universitas Diponegoro.
- Zikmund, William G & Babin, Barry J. 2013. *Essentials Of Marketing Research (Fifth International Edition)*. China: Nelson Education.