

BAB V SIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian di atas tentang pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap keputusan pembelian Miniso di Trio Mall Kebumen dengan responden sebanyak 100 orang responden maka dapat diambil kesimpulan adalah sebagai berikut :

1. Hasil analisis menunjukkan keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Miniso di Trio Mall Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa keragaman produk mempengaruhi keputusan pembelian, dimana Miniso di Trio Mall Kebumen mempunyai produk dengan ukuran, kualitas, jenis, bahan dan desain produk yang beragam sehingga memudahkan konsumen memilih produk yang mereka inginkan.
2. Hasil analisis menunjukkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Miniso di Trio Mall Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Miniso Trio Mall Kebumen tidak mempengaruhi keputusan pembelian karena karyawan yang terkadang tidak *stand by* berada di area toko sehingga saat konsumen memerlukan bantuan mereka cukup kesulitan untuk mencari karyawan.
3. Hasil analisis menunjukkan suasana toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Miniso di Trio Mall Kebumen. Hasil ini

menunjukkan suasana toko mempengaruhi keputusan pembelian, dimana Miniso di Trio Mall Kebumen memberikan suasana toko yang menarik dan nyaman dengan penerangan yang terang, penataan produk yang rapi, menampilkan desain yang unik dan menarik sehingga konsumen akan lebih lama menghabiskan waktu untuk berbelanja sehingga akan meningkatkan keputusan pembelian.

4. Hasil analisis menunjukkan keragaman produk, kualitas pelayanan dan suasana toko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Miniso di Trio Mall Kebumen.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan tidak lepas dari keterbatasan yang diharapkan dapat disempurnakan oleh penelitian selanjutnya. Semoga keterbatasan yang disampaikan penulis dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya, adapun keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada pengunjung Miniso di Trio Mall Kebumen yaitu masyarakat Kebumen yang pernah mengunjungi dan membeli minimal satu kali produk Miniso di Trio Mall Kebumen, sehingga hasil yang diperoleh terbatas.
2. Penelitian ini belum mengungkap keseluruhan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Miniso di Trio Mall Kebumen. Penelitian ini terbatas pada keragaman produk, kualitas pelayanan dan suasana toko.
3. Pada penelitian ini menjelaskan bahwa 67,8% keputusan pembelian Miniso di Trio Mall Kebumen dipengaruhi oleh keragaman produk,

kualitas pelayanan dan suasana toko. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengambil variabel lain karena 32,2% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

5.3 Implikasi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan analisis dan pembahasan yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya, maka penulisan memberikan implikasi praktis dan implikasi teoritis berkaitan dengan hasil penelitian. Berikut adalah implikasi dari penelitian ini:

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini antara lain:

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa keragaman produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada variabel keragaman produk untuk nilai jawaban kuesioner tertinggi adalah pada indikator desain produk yang beragam dan untuk nilai jawaban terendah adalah pada indikator ukuran produk yang beragam. Oleh karena itu, penulis menyarankan kepada Miniso untuk mempertahankan dan menambahkan keragaman produknya serta menambah ukuran untuk beberapa produknya seperti pada beberapa produk peralatan

rumah tangga dan aksesoris fasion atau menambahkan kolaborasi terbaru dengan sesuatu yang sedang menjadi tren dikalangan masyarakat seperti karakter yang terdapat dalam film Disney.

2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada kualitas pelayanan untuk nilai jawaban kuesioner tertinggi adalah pada indikator jaminan dan untuk nilai jawaban terendah adalah pada indikator keandalan. Namun kualitas pelayanan juga merupakan hal yang sangat penting karena semakin baik kualitas pelayanan maka akan meningkatkan keputusan pembelian, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurlyta dan Yosafat (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa suasana toko mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada variabel suasana toko untuk nilai jawaban kuesioner tertinggi adalah pada indikator *store layout* dan untuk nilai jawaban terendah adalah pada indikator *store exterior*. Oleh karena itu, peneliti menyarankan kepada Miniso untuk memperhatikan pennempatan papan nama toko di Miniso agar lebih terlihat oleh konsumen. Menata *display* produk secara dengan lebih unik dan menarik seperti menempatkan produk baru

dibagian depan agar dapat mengundang rasa penasaran dan ingin tahu konsumen sehingga akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, maka hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi implikasi teoritis sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Intan Permatasari, dkk (2022) dan penelitian Karina Zakila (2019) pada penelitiannya menyatakan keragaman produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen, ini juga dapat diartikan bahwa hubungan antara variabel keragaman produk dengan keputusan pembelian adalah positif dan signifikan.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh oleh Debby Cynthia dkk (2022) dan M. Ramadani (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, ini juga dapat diartikan bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian tidak berpengaruh signifikan.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa suasana toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurdiyah Ayuningsih dan Andy (2022) dan Laeli Rohmatun (2017) menyatakan bahwa suasana toko berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, ini juga dapat diartikan bahwa hubungan antara variabel suasana toko dengan keputusan pembelian adalah positif dan signifikan.