

## **BAB V**

### **SIMPULAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan penelitian di atas tentang pengaruh keragaman produk, suasana toko, dan harga terhadap keputusan pembelian di NICESO dengan responden sebanyak 100 orang responden maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukkan keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di NICESO Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa keragaman produk mempengaruhi keputusan pembelian, dimana NICESO Kebumen mempunyai produk dengan ukuran, kualitas, jenis, bahan, dan desain produk yang beragam sehingga memudahkan konsumen memilih produk yang mereka inginkan.
2. Hasil analisis suasana toko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di NICESO Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa suasana toko tidak mempengaruhi keputusan pembelian karena ketika konsumen akan melakukan pembelian yang direncanakan dengan jelas, suasana toko mungkin tidak terlalu mempengaruhi keputusan pembelian mereka
3. Hasil analisis harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di NICESO Kebumen. Hasil ini menunjukkan bahwa harga mempengaruhi keputusan pembelian, dimana NICESO Kebumen menyediakan produk-produk dengan harga yang terjangkau menjadikan daya tarik bagi para konsumen untuk melakukan pembelian di NICESO.

4. Hasil analisis menunjukkan keragaman produk, suasana toko, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di NICESO Kebumen.

## 5.2 Keterbatasan

Penelitian yang dilakukan tidak terlepas 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. Adanya keterbatasan waktu untuk pengambilan sampel secara langsung di lapangan, sehingga sebagian besar data diperoleh melalui penyebaran kuesioner.
2. Adanya keterbatasan penelitian menggunakan kuesioner yaitu jawaban responden yang kadang kala tidak menggambarkan jawaban sesungguhnya.
3. Penelitian ini belum mengungkap keseluruhan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di NICESO Kebumen. Penelitian ini terbatas pada keragaman produk, suasana toko, dan harga.

## 5.3 Implikasi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, suasana toko, dan harga terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan analisis dan pembahasan yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya, maka penulis memberikan implikasi praktis dan implikasi teoritis berkaitan dengan hasil penelitian.

### 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 di NICESO Kebumen. Artinya, ketika perusahaan menawarkan produk yang *complete* sesuai dengan kebutuhan konsumen maka semakin mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. NICESO sebaiknya terus memperluas dan memperbarui variasi produknya agar sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen yang beragam. NICESO dapat melakukan riset pasar secara berkala untuk mengidentifikasi trend produk terkini serta selera pelanggan berdasarkan usia, gaya hidup, dan kebutuhan fungsional. NICESO diharapkan tetap konsisten menjaga serta meningkatkan variasi produk yang ditawarkan. Konsumen akan cenderung lebih tertarik dan terdorong untuk membeli ketika mereka dihadapkan pada beragam pilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan, selera, dan preferensi mereka. Oleh karena itu, NICESO perlu merancang strategi pengelolaan produk yang adaptif terhadap perubahan trend dan permintaan pasar.
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa suasana toko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di NICESO

Kebumen. Hal tersebut mengindikasikan bahwa konsumen di NICESO Kebumen tidak menjadikan elemen-elemen suasana toko seperti pencahayaan, tata letak ruangan, musik, aroma, dan dekorasi sebagai pertimbangan utama. Oleh karena itu, NICESO disarankan untuk tidak terlalu memfokuskan anggaran dan sumber daya pada upaya peningkatan suasana toko secara berlebihan, melainkan mengalihkannya pada aspek yang terbukti lebih berpengaruh, seperti penguatan keragaman produk, dan strategi harga yang kompetitif. Selain itu, strategi promosi dan pelaaan juga dapat ditingkatkan guna menambah nilai dalam proses pembelian.

3. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di NICESO Kebumen. Harga memiliki peran penting dalam mendorong atau menghalangi konsumen untuk melakukan pembelian. Harga yang terjangkau dan kompetitif terbukti mampu mendorong konsumen untuk melakukan pembelian, sehingga NICESO perlu memastikan bahwa produk-produknya memiliki nilai yang sesuai dengan harga yang ditawarkan. NICESO dapat mempertimbangkan untuk menerapkan strategi psikologis, seperti harga bundling dan diskon musiman untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keterjangkauan. Selain itu, penting bagi NICESO untuk menjaga keseimbangan antara harga murah dan kualitas produk, agar konsumen tetap merasa puas dengan apa yang mereka beli. Dengan menyesuaikan harga

berdasarkan segmen pasar yang dituju dan terus memantau sensitivitas harga konsumen, NICESO dapat meningkatkan daya saingnya serta dapat memperkuat loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

### 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 Citra Anjeli, Jeni Resmi Tarini, Zakiyatunnufus Alhidayati (2023) dan Intan Permatasari dan Iva Nurdiana Nurfarida (2020), pada penelitiannya menatakan bahwa keragaman produk berengaruh 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 suasana toko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Basuki Sri Rahayu, Oktavianus Aditia Saputra (2019) dan Rafa Wina Widiarto dan Meylani Tuti (2022) yang menyatakan bahwa suasana toko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan

pembelian, hal ini juga dapat diartikan bahwa hubungan antara variabel suasana toko dengan keputusan pembelian tidak berpengaruh signifikan.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sitti Aisyah, Sarah Eliza, Fatma Fatma, Moh. Anwar Zainuddin (2020) dan Fadilah Nurul Saadah, Syahrul Alam, dan Kurbandi Satpatmantya BR (2023), menyatakan bahwa hubungan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, ini juga dapat diartikan bahwa hubungan antara variabel harga dengan keputusan pembelian adalah positif dan signifikan.

