

BAB V SIMPULAN

5.1. Simpulan

Penelitian ini menguji pengaruh Diskon, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. Adapun yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah *Outlet retail* yang membeli produk Unilever pada CV. Hasta Karya Gombang. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda dan pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa hal dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara Diskon terhadap keputusan pembelian pada CV. Hasta Karya Gombang.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara Kelengkapan Produk terhadap keputusan pembelian pada CV. Hasta Karya Gombang.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian pada CV. Hasta Karya Gombang.
4. Dari hasil uji simultan atau uji F menunjukkan bahwa angka sebesar 62,005 lebih besar dari Ftabel yaitu 2,70 dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut berarti bahwa variabel Diskon, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada CV. Hasta Karya Gombang.

5.2. Keterbatasan

Penelitian ini diusahakan semaksimal mungkin agar bisa memperoleh hasil yang terbaik, namun pada kenyataannya penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan, diantaranya:

1. Proses yang dilakukan dalam pengumpulan data, responden memberikan informasi dalam kuesioner terkadang tidak menunjukkan responden yang memberikan pendapat yang sebenarnya, karena terkadang suatu pemikiran dari responden, asumsi dan pemahaman masing-masing responden berbeda satu sama lain, begitu pula dengan hal lainnya. faktor seperti faktor yang kurang sesuai dengan konteks penelitian yang dilakukan dalam mengisi pendapat responden dalam survei.
2. Waktu yang terbatas dalam melakukan penelitian, hal lain yang terbatas pada yaitu tenaga, dan kemampuan peneliti.
3. Ada faktor-faktor *eksternal* yang mungkin tidak dapat dikendalikan dalam penelitian, seperti perubahan dalam kebijakan industri, perubahan tren pasar secara mendadak, atau kejadian luar biasa yang dapat memengaruhi perilaku pembelian.
4. Responden dalam penelitian ini terbatas hanya pada *Outlet retail* yang membeli produk Unilever yang dilakukan pada CV. Hasta Karya Gombong dengan minimal pembelian Rp 700.000,00.

5.3. Implikasi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara Diskon, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya, maka penulis

memberikan implikasi praktis dan implikasi teoritis berkaitan dengan hasil penelitian yang sudah dilakukan. Berikut adalah implikasi dari penelitian:

5.3.1 Implikasi Praktis

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

1. Bagi perusahaan diharap untuk memperhatikan faktor diskon. Karena faktor diskon yang besar dan sesuai dengan produk yang diberikan diskon dapat meningkatkan keputusan pembelian. Diskon yang sesuai dengan produk yang dijual perusahaan akan meningkatkan keputusan pembelian. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk merancang strategi diskon yang relevan dengan preferensi dan kebutuhan pasar, serta memastikan bahwa diskon tersebut memberikan nilai tambah yang jelas bagi konsumen. Dengan demikian, penggunaan diskon yang tepat dapat menjadi alat yang kuat dalam meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar perusahaan.
2. Bagi perusahaan diharapkan untuk memperhatikan faktor kelengkapan produk. Kelengkapan produk menjadi salah satu acuan utama bagi seseorang dalam melakukan keputusan pembelian. Dalam konteks persaingan pasar yang semakin ketat, perusahaan perlu memastikan bahwa produk mereka tersedia dalam berbagai variasi dan jumlah yang memadai di pasar. Ketidakterediaan atau

keterbatasan dalam kelengkapan produk dapat menyebabkan konsumen beralih ke distributor lain yang menawarkan lebih banyak pilihan. Oleh karena itu, perusahaan harus memastikan rantai pasokan mereka efisien dan efektif, serta memantau permintaan pasar secara cermat untuk dapat mengantisipasi dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan tepat waktu. Lalu pada kategori produk yang dijual harus lebih di perbanyak lagi, dikarenakan kategori yang beragam ini akan menjadikan konsumen leluasa memilih produk yang dibutuhkannya.

3. Bagi perusahaan diharapkan untuk memperhatikan faktor kualitas pelayanan. dalam bisnis perdistribusian produk FMCG (*Fast-Moving Consumer Goods*), pelayanan yang dilakukan harus dilakukan dengan sungguh-sungguh dan responsif terhadap kebutuhan konsumen. Pelayanan yang baik tidak hanya mencakup proses pembelian produk, tetapi juga termasuk layanan purna jual seperti pengembalian barang dan penanganan keluhan konsumen. Perusahaan diharapkan untuk memberikan pelatihan kepada karyawan mereka agar dapat memberikan layanan yang ramah, kompeten, dan membantu dalam setiap interaksi dengan konsumen. Selain itu, perusahaan juga perlu memperhatikan sistem komunikasi dan penyelesaian masalah yang efisien untuk memastikan kepuasan konsumen terjaga.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Dengan merujuk kepada hasil penelitian yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, peneliti ingin menyampaikan beberapa rekomendasi sebagai sumbangan bagi penelitian selanjutnya yang mencakup:

1. Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian

Diskon mendorong dalam meningkatkan keputusan pembelian. Diskon dapat membuat produk menjadi lebih terjangkau bagi konsumen. Hal ini dapat meningkatkan daya tarik produk dan mendorong konsumen untuk membelinya. Diskon dapat meningkatkan daya tarik produk sehingga konsumen akan merasa ada keuntungan ketika membeli produk tersebut.

Pengujian hipotesis pertama dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel diskon terhadap keputusan pembelian. Variabel diskon berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alvianto Nuha Syairul Anam, Miftahul Munir, Angga Permana Mahaputra (2023). "Pengaruh Diskon, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Swalayan Diva Kabupaten Kediri". Hasil dari penelitian tersebut memiliki hasil yang sama yaitu diskon berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Kelengkapan produk di distributor berpengaruh langsung terhadap ketersediaan barang di toko atau outlet penjualan. Konsumen *outlet retail* cenderung lebih memilih untuk membeli produk dari merek yang mereka sukai jika produk tersebut tersedia secara konsisten dan lengkap di tempat-tempat yang mereka kunjungi. Kelengkapan produk ini memberikan konsumen pilihan yang lebih luas. Sehingga konsumen akan merasa nyaman ketika produk yang dicari atau diharapkan tersedia.

Pengujian hipotesis kedua dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian. Variabel kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Melisa dan Muhammad Nur Fietroh (2021) dengan judul “Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Baby Shop* Roberto Sumbawa”. Penelitian tersebut mendapatkan hasil yang sama yaitu Kelengkapan Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan sebuah distributor dapat menjadi faktor penting yang dipertimbangkan oleh *outlet retail* saat memilih untuk membeli produk dari distributor tertentu. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan *outlet retail* terhadap distributor, yang pada gilirannya dapat memengaruhi keputusan pembelian mereka.

Jika distributor mampu memberikan pelayanan yang baik dan mendukung kebutuhan *outlet retail*, hubungan kerjasama yang saling menguntungkan dapat terjalin, yang dapat memperkuat posisi merek dan produk di pasar.

Pengujian hipotesis ketiga dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Variabel variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanung Susilo Pramono, Marjam Desma Rahadhin, dan Retno Susanti (2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian”. Penelitian tersebut mendapatkan hasil yang sama yaitu Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

