

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis menggunakan adaptasi program SPSS 22.0 for Windows mengenai Promosi, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan promosi terhadap keputusan pembelian Alfamart Jalan Pemuda, Kebumen. Hal ini peran promosi dalam penelitian ini sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Alfamart Jalan Pemuda, Kebumen.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Alfamart Jalan Pemuda, Kebumen. Dalam variabel kualitas pelayanan, indikator karyawan alfamart menunjukkan sikap profesional dalam melayani konsumen, dimana kualitas pelayanan karyawan bersikap merespon kepada konsumen, keramahan, kecepatan dan tanggap terhadap kemauan konsumen pada alfamart jalan pemuda, kebumen.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan lokasi terhadap keputusan pembelian Alfamart Jalan Pemuda, Kebumen. Hal ini peran lokasi dalam penelitian ini sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Alfamart Jalan Pemuda, Kebumen.

4. Berdasarkan hasil analisis variabel promosi, kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Alfamart Jalan Pemuda, Kebumen.

5.2. Keterbatasan

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan. Adanya keterbatasan ini penulis mengharapkan adanya perbaikan penelitian yang akan datang diantaranya keterbatasan tersebut ialah:

1. Waktu penelitian yang terbatas sangat membatasi peneliti untuk lebih memaksimalkan pencarian data responden, karena tidak semua responden bersedia memberikan waktu yang singkat untuk pengisian kuesioner.
2. Penggunaan bahasa dalam instrumen butir-butir pertanyaan yang kurang mampu dipahami oleh para responden. Sehingga dalam pengisian responden tidak sesuai
3. Penelitian ini belum dapat mengungkapkan secara keseluruhan faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian Alfamart Jalan Pemuda, Kebumen. Penelitian ini hanya dapat menemukan 65,6% dari faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen Alfamart Jalan Pemuda, Kebumen, sehingga masih terdapat 34,4% yang belum dapat diketahui dari faktor-faktor lain yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen Alfamart Jalan Pemuda, Kebumen.

5.3. Implikasi

Hasil penelitian ini memberikan implikasi pada kebijakan yang dilakukan oleh konsumen yang berkeputusan membeli Alfamart Jalan Pemuda, Kebumen untuk:

5.3.1. Implikasi Praktis

Implikasi praktis sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil rata-rata jawaban responden dari variabel promosi, jumlah terendah terdapat pada indikator promosi. Penelitian ini memberikan temuan bahwa promosi terbukti secara empiris dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Dampak dalam penelitian ini kepada PT PT Alfa Minimart Utama yaitu temuan dari penelitian ini membantu perusahaan dalam melakukan perbaikan ataupun berinovasi terhadap produk. PT PT Alfa Minimart Utama diharapkan dapat meningkatkan promosi, misalnya dengan menambah lebih banyak lagi program promosi tujuannya agar membuat konsumen tertarik untuk membeli produk yang ada di PT Alfa Minimart Utama. PT Alfa Minimart Utama juga diharapkan menyajikan informasi yang jelas terkait dengan penawaran promosi, serta manfaat apa saja yang ada dalam promosi tersebut agar konsumen dapat mengetahui informasi ini dengan jelas.
2. Berdasarkan hasil rata-rata jawaban responden dari variabel kualitas pelayanan, jumlah terendah terdapat pada indikator

mengandalkan. Penelitian ini memberikan temuan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian . Dampak dalam penelitian ini kepada PT Alfa Minimart Utama yaitu temuan dari penelitian ini membantu perusahaan melakukan perbaikan atas. Berdasarkan hasil rata-rata jawaban responden dari variable kualitas pelayanan, jumlah terendah terdapat pada indikator karyawan alfamart menunjukkan sikap professional dalam melayani konsumen, mempunyai nilai yang paling tinggi dimana pelayanan karyawan bersikap merespon kepada konsumen, keramahan, keceptan dan tanggap terhadap kemauan konsumen. Hal ini membuat peran kualitas pelayanan dalam penelitian ini sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada alfamart jalan pemuda, kebumen denagn dibuktikan hasil pengujian diatas, bahwa kualitas pelayan yang baik akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, begitu juga dengan kualitas pelayanan yang kurang baik berakibat menurunnya tingkat keputusan pembelian pada alfamart jalan pemuda, kebumen.

3. Berdasarkan hasil rata-rata jawaban responden dari variable lokasi. Penelitian ini memberikan temuan bahwa lokasi terbukti secara empiris dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Saran yang diberikan oleh penulis kepada PT Alfa Minimart Utama yaitu diharapkan dapat meningkatkan promosi pada konsumen,

misalnya dengan cara selalu membangun hubungan yang akrab dan positif dengan konsumen melalui komunikasi yang ramah, dan meminta umpan balik dari konsumen secara teratur untuk meningkatkan pelayanan, hal ini akan memberikan informasi kepada PT Alfa Minimart Utama jika ada keluhan yang disampaikan dan tentunya semua ini dilakukan bertujuan agar keputusan pembelian dapat meningkat.

5.3.2. Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis sebagai berikut:

1. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.

Promosi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti semakin baik promosi, penampilan produk, kemasan produk, aroma produk dan kesesuaian produk yang diberikan maka semakin besar pembelian konsumen pada Alfamart Jalan Pemuda, Kebumen, artinya bahwa peran promosi sangat diperlutton untuk meningkatkan keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini memperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tri Adhy Prasetyo (2015 Rasil penelitian yang menunjukan adanya hubungan positif promosi dengan keputusan pembelian. Artinya promosi mempunyai hubungan untuk meningkatkan keputusan pembelian pada Alfamart Jalan Pemuda, Kebumen.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di gerai Alfamart Jalan Pemuda, Kebumen, variabel kualitas pelayanan merupakan variabel yang memiliki nilai koefisien regresi yang paling tinggi dibandingkan dengan variabel yang lain yang ada di penelitian. Dimana konsumen Alfamart Jalan Pemuda, Kebumen kualitas pelayanan menjadi suatu pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian. Dalam variabel kualitas pelayanan, indikator Pelayanan yang diberikan oleh Alfamart Jalan Pemuda, Kebumen memuaskan mempunyai nilai yang paling tinggi yang paling mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Dalam hal ini konsumen merasa puas atas sikap profesional karyawan. Oleh karena itu manajemen pada Alfamart Jalan Pemuda, Kebumen sebaiknya dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanannya agar semakin banyak konsumen bersedia membeli di Alfamart Jalan Pemuda, Kebumen, semakin baik kualitas pelayanan, memberikan respon yang baik, kecepatan, ketepatan akan mampu memberikan kepuasan dan kepercayaan kepada pelanggan yang akan meningkatkan keputusan pembelian. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Alfamart Jalan Pemuda, Kebumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa reliabilitas, daya tanggap,

keramahaan, ketepatan, kecepatan dan empati yang diberikan karyawan, menjadi beberapa pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan pembelian Alfamart Jalan Pemuda, Kebumen.

Hasil ini memperkuat dengan hasil Penelitian yang dilakukan Sarini Kodu (2012), Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan adanya hubungan positif kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian. Artinya kualitas pelayanan mempunyai hubungan untuk meningkatkan keputusan pembelian pada Alfamart Jalan Pemuda, Kebumen.

3. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian

Lokasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa penentuan lokasi, Becula dipusat kota, tempat parkir yang luas, akses yang mudah dan berada dipusat keramaian akan mampu memberikan kepuasan dari kepercayaan kepada pelanggan yang akan meningkatkan keputusan pembelian.

Hal ini memperkuat dengan hasil penelitian oleh Sri Rahayu TriAstuti (2012), yang menunjukkan adanya hubungan positif lokasi dengan keputusan pembelian. Artinya lokasi mempunyai hubungan untuk meningkatkan keputusan pembelian pada Alfamart Jalan Pemuda, Kebumen.

4. Bagi peneliti selanjutnya masih banyak kemungkinan setelah penelitian ini untuk meneliti variabel-variabel lain diluar variabel

promosi, kualitas pelayanan dan lokasi yang belum termasuk dalam penelitian ini yang mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian.

5. Berdasarkan dari hasil questioner jawaban responden dan di uji regresi hasil paling dominan atau paling besar mempengaruhi keputusan pembelian yaitu variabel kualitas pelayanan dan hasil paling kecil lokasi. Pihak pemilik Alfamart Jalan Pemuda, Kebumen disarankan untuk lebih memperhatikan dan meningkatkan promosi dan lokasi agar konsumen lebih percaya dan mersa puas untuk melakukan keputusan pemebelian.

