

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada swalayan Dinda di Tapan, Kec. Basa Ampek Balai, Kab. Pesisir Selatan. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menyatakan

bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,226 > t_{tabel} sebesar 1,6794 dengan nilai signifikan $0,002 < = 0,05$, berarti H_a diterima dan H_0 ditolak. Koefisien

regresi menunjukkan bahwa produk pada swalayan dinda sebesar 0,353 satuan. Jika variabel produk meningkatkan sebesar satu satuan sedangkan variabel bebas lain tetap.

2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada swalayan Dinda di Tapan, Kec. Basa Ampek Balai, Kab. Pesisir Selatan. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menyatakan

bahwa nilai t_{hitung} sebesar 2,706 > t_{tabel} sebesar 1,6794 dengan nilai signifikan $0,010 < = 0,05$, berarti H_a diterima dan H_0 ditolak. Koefisien

regresi menunjukkan bahwa produk pada swalayan dinda sebesar 0,290 satuan. Jika variabel harga meningkatkan sebesar satu satuan sedangkan variabel bebas lain tetap.

3. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada swalayan Dinda di Tapan, Kec. Basa Ampek Balai, Kab.

Pesisir Selatan. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa nilai t_{hitung} sebesar $2,175 > t_{tabel}$ sebesar $1,6794$ dengan nilai signifikan $0,035 < = 0,05$, berarti H_a diterima dan H_0 ditolak. Koefisien regresi menunjukkan bahwa produk pada swalayan dinda sebesar $0,245$ satuan. Jika variabel lokasi meningkatkan sebesar satu satuan sedangkan variabel bebas lain tetap.

4. Sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada swalayan Dinda di Tapan, Kec. Basa Ampek Balai, Kab. Pesisir Selatan. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa nilai t_{hitung} sebesar $2,111 > t_{tabel}$ sebesar $1,6794$ dengan nilai signifikan $0,040 < = 0,05$, berarti H_a diterima dan H_0 ditolak. Koefisien regresi menunjukkan bahwa produk pada swalayan dinda sebesar $0,231$ satuan. Jika variabel sikap konsumen meningkatkan sebesar satu satuan sedangkan variabel bebas lain tetap.
5. Produk, harga, lokasi, dan sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada swalayan Dinda di Tapan, Kec. Basa Ampek Balai, Kab. Pesisir Selatan. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa nilai F_{hitung} $12,046 > F_{tabel}$ $2,57$ dan nilai signifikan $0,000 < = 0,05$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pada swalayan Dinda, artinya semakin baik dan bagus, produk yang dijual, harga yang ditawarkan,

lokasi yang strategis, dan mengakibatkan kepuasan sikap konsumen maka keputusan pembelian dari konsumen juga akan semakin baik.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka penulis dapat memberikan saran atau masukan sebagai berikut:

1. Pihak swalayan seharusnya menjual produk yang lebih beragam atau mempunyai banyak jenis dalam satu produk karena pelanggan atau konsumen memiliki keinginan yang berbeda atas produk yang ia butuhkan.
2. Bagi pihak swalayan haruslah memberikan tingkat harga barang yang sesuai dengan kualitas barang tersebut, agar tidak di bandingkan dengan swalayan lain. Karena konsumen mencari harga yang sesuai dengan kualitas yang baik.
3. Bagi pihak swalayan hendaknya mempertimbangkan lokasi dengan jangkauan distribusi yang cocok untuk pelanggan karena pelanggan sebelum membeli akan mempertimbangkan lokasi atau biaya transportasi untuk menuju swalayan.
4. Bagi pihak swalayan harusnya mempertimbangkan atau mengevaluasi merek yang akan dijual di swalayan, sehingga konsumen puas akan merek yang di inginkannya, dan mengakibatkan konsumen yang puas akan kembali lagi untuk berbelanja.
5. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti topik yang sama, disarankan untuk memperhatikan variabel-variabel lain yang diduga turut

berperan dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen agar tercapai kesempurnaan dalam penelitian selanjutnya.

6. Bagi konsumen sebaiknya mempertimbangkan kualitas produk yang dijual, karena sebelum melakukan pembelian konsumen harus mempertimbangkan jarak lokasi dan harga yang ditawarkan sesuai dengan kepuasan yang didapat.