

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko SRC Surya Gemilang Binangun. Dari analisis data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial variabel kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
4. Berdasarkan hasil penelitian secara simultan variabel kelengkapan produk, promosi, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat penulis ajukan adalah sebagai berikut :

1. Kelengkapan produk yang disediakan oleh toko sudah cukup baik karena mampu menyediakan berbagai jenis barang yang dibutuhkan konsumen. Maka dari itu dari segi kelengkapan produknya perlu terus ditingkatkan dengan menambah variasi produk sesuai dengan kebutuhan konsumen, terutama produk yang sedang dicari tetapi ketersediannya terbatas. Dengan menjaga kelengkapan produk, konsumen akan merasa lebih puas dan cenderung melakukan pembelian ulang di toko tersebut.
2. Promosi yang dilakukan oleh toko SRC Surya Gemilang sudah baik dan perlu ditingkatkan lagi dengan melakukan promosi yang lebih menarik untuk dapat menjangkau konsumen lebih banyak. Promosi yang efektif akan meningkatkan daya tarik konsumen dan membantu memperluas jangkauan pasar yang mana tidak hanya menjangkau konsumen dari lingkungan sekitar saja, tetapi juga berpotensi menjangkau konsumen lain yang belum mengetahui keberadaan toko. Promosi perlu ditingkatkan lagi dengan lebih memanfaatkan media sosial secara efektif dan terjadwal. Promosi yang juga dilakukan melalui media sosial secara konsisten akan membantu menjangkau lebih banyak konsumen, khususnya di era digital saat ini. Contohnya ketika ada informasi promo produk dan stok produk baru yang datang.

3. Lokasi toko saat ini sudah sangat strategis yang mana memudahkan sebagian konsumen yang berada di lingkungan sekitar toko dan kepada beberapa konsumen yang sudah menjadi pelanggan tetap. Lokasi harus ditingkatkan lagi untuk menciptakan kenyamanan baik. Lokasi toko sebaiknya memiliki penunjang fasilitas yang lebih memadai seperti tempat parkir yang nyaman, penunjuk arah yang jelas, hal ini memudahkan konsumen dalam menemukan dan mengunjungi toko sekaligus mengundang daya tarik konsumen baru untuk berkunjung dan melakukan pembelian.
4. Bagi peneliti lain, disarankan untuk melanjutkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain seperti harga, kualitas pelayanan, dan lainnya karena masih terdapat 40,6% faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga penelitian dapat berkembang dan dapat mengungkap lebih banyak permasalahan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk atau barang yang diinginkan.