

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat kita tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel produk (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja di Alfamart Ngaliyan Semarang. Terlihat t hitung (2,812) > t tabel (1,987) yang berarti produk mempunyai andil dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja di Alfamart Ngaliyan Semarang.
2. Variabel harga (X_2) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja di Alfamart Ngaliyan Semarang. Terlihat t hitung (1,272) < t tabel (1,987) yang berarti harga tidak mempunyai andil dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja di Alfamart Ngaliyan Semarang.
3. Variabel lokasi/distribusi (X_3) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja di Alfamart Ngaliyan Semarang. Terlihat t hitung (1,923) < t tabel (1,987) yang berarti lokasi/distribusi tidak mempunyai andil dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja di Alfamart Ngaliyan Semarang..
4. Variabel promosi (X_4) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja di Alfamart Ngaliyan Semarang. Terlihat t hitung (2,065) > t tabel (1,987) yang berarti promosi

mempunyai andil dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja di Alfamart Ngaliyan Semarang..

5. Variabel produk, harga, lokasi/distribusi dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja di Alfamart Ngaliyan Semarang. Terlihat F hitung (15,795) > F tabel (2,4753) yang produk, harga, lokasi/distribusi dan promosi mempunyai andil dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja di Alfamart Ngaliyan Semarang

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Minimarket Alfamart

Hendaknya senantiasa meningkatkan keragaman produk serta menambah jenis produk yang baru (*up to date*) secara lengkap baik dalam merk maupun kualitas.

Mengenai promosi supaya lebih menarik perlu adanya kreatifitas, inovasi dan atraktif dalam menyajikannya di media-media terkait agar pelanggan tidak merasa jenuh.

2. Bagi Karyawan

Hendaknya selalu tanggap dengan segala kebutuhan pengunjung serta lebih cepat dan tepat, baik dalam memberikan bantuan yang dibutuhkan, khususnya untuk pengunjung-pengunjung yang kesulitan dalam mencari produk yang diinginkan agar mereka mendapatkan

kepuasan atas jasa yang dibelinya dan akan kembali untuk melakukan pembelian ulang.

3. Bagi Peneliti selanjutnya

Hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

5.3 Penutup

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena dengan rahmat, taufiq dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan koridor ideal, dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari pembaca sebagai masukan bagi penulis demi kesempurnaan skripsi ini sehingga menjadi lebih sempurna dan bermanfaat.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis pada khususnya. *Amin.*