

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

a. Diskon dengan Keputusan Pembelian

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab - bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara diskon dengan keputusan pembelian Indomaret Cikaret pada warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor. Persamaan regresi $\hat{Y} = 49,89 + 0,4864X_1$ menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor diskon (X_1) akan mengakibatkan kenaikan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,4864 skor pada konstanta 49,89.

Keputusan pembelian ditentukan oleh diskon sebesar 32,45% dan sisanya sebesar 67,55% dipengaruhi oleh faktor lain, seperti kualitas produk dan diskon.

b. *Servicescape* (Lingkungan Fisik) dengan Keputusan Pembelian

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab - bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *servicescape* (lingkungan fisik) dengan keputusan pembelian Indomaret Cikaret pada warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor. Persamaan regresi $\hat{Y} = 40,46 + 0,5875X_2$ menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor *servicescape*

(lingkungan fisik) (X_2) akan mengakibatkan kenaikan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,5875 skor pada konstanta 40,46.

Keputusan pembelian ditentukan oleh *servicescape* (lingkungan fisik) sebesar 39,29% dan sisanya sebesar 60,71% dipengaruhi oleh faktor lain, seperti kualitas produk dan diskon.

B. Implikasi

a. Diskon dengan Keputusan Pembelian

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara diskon dengan keputusan pembelian Indomaret Cikaret pada warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor. Hal ini membuktikan bahwa diskon merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Implikasi dari penelitian ini, yaitu bahwa Indomaret Cikaret harus dapat meningkatkan diskon untuk meningkatkan keputusan pembelian. Keputusan pembelian yang diakibatkan oleh diskon yang rendah, jika dibiarkan secara terus-menerus akan membuat konsumen beralih ke toko ritel yang lain.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data, pada variabel keputusan pembelian terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator rangsangan internal dengan sub indikator diri sendiri, yaitu sebesar 16,19%. Selanjutnya, dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator rangsangan eksternal dengan sub

indikator pengaruh orang lain sebesar 14,97%. Selanjutnya, dimensi sikap dengan indikator sikap dengan sub indikator membeli produk yang disukai, yaitu sebesar 14,88%. Selanjutnya, dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber komersial dengan sub indikator iklan, yaitu sebesar 14%. Selanjutnya, dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber pribadi dengan sub indikator keluarga, yaitu sebesar 13,60%. Selanjutnya, dimensi evaluasi alternatif dengan indikator memilih diantara dua atau lebih alternatif produk, yaitu 13,47%. Selanjutnya, dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber pribadi dengan sub indikator teman, yaitu sebesar 13%.

Dari hasil pengolahan data, terlihat bahwa konsumen yang merasa diskon yang diberikan oleh Indomaret rendah, akan memiliki keputusan pembelian yang rendah pula. Hal yang perlu dilakukan Indomaret adalah meningkatkan diskon agar keputusan pembelian dapat tinggi pula terhadap Indomaret Cikaret di Kabupaten Bogor.

b. *Servicescape* (Lingkungan Fisik) dengan Keputusan Pembelian

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *servicescape* (lingkungan fisik) dengan Indomaret Cikaret pada warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor. Hal ini membuktikan *servicescape* (lingkungan fisik) bahwa merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Implikasi dari penelitian ini, yaitu bahwa Indomaret Cikaret harus dapat meningkatkan *servicescape* (lingkungan fisik) untuk meningkatkan keputusan pembelian. Keputusan pembelian yang diakibatkan oleh *servicescape* (lingkungan fisik) yang rendah, jika dibiarkan secara terus-menerus akan membuat konsumen beralih ke toko ritel lain.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data, pada variabel keputusan pembelian terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator rangsangan internal dengan sub indikator diri sendiri, yaitu sebesar 16,19%. Selanjutnya, dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator rangsangan eksternal dengan sub indikator pengaruh orang lain sebesar 14,97%. Selanjutnya, dimensi sikap dengan indikator sikap dengan sub indikator membeli produk yang disukai, yaitu sebesar 14,88%. Selanjutnya, dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber komersial dengan sub indikator iklan, yaitu sebesar 14%. Selanjutnya, dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber pribadi dengan sub indikator keluarga, yaitu sebesar 13,60%. Selanjutnya, dimensi evaluasi alternatif dengan indikator memilih diantara dua atau lebih alternatif produk, yaitu 13,47%. Selanjutnya, dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber pribadi dengan sub indikator teman, yaitu sebesar 13%.

Dari hasil pengolahan data, terlihat bahwa konsumen yang merasa *servicescape* (lingkungan fisik) kepada Indomaret rendah, akan memiliki keputusan pembelian yang rendah pula. Hal yang perlu dilakukan oleh Indomaret adalah meningkatkan *servicescape* (lingkungan fisik) agar keputusan pembelian dapat tinggi pula terhadap Indomaret Cikaret di Kabupaten Bogor.

C.Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat untuk meningkatkan keputusan pembelian Indomaret Cikaret antara lain:

1. Indomaret harus dapat mempertahankan dan meningkatkan keputusan pembelian sesuai dengan visinya, yaitu menjadi toko ritel yang selalu mengutamakan keputusan pembelian, dengan memperhatikan diskon, *servicescape* (lingkungan fisik), serta faktor lainnya yang dapat meningkatkan keputusan pembelian. Sehingga, konsumen akan merasa puas dengan Indomaret dan tidak beralih ke toko ritel lainnya.
2. Indomaret juga harus memberikan diskon sebaik dan semaksimal mungkin terhadap produk-produk yang ditawarkan agar konsumen meningkatkan pembeliannya di Indomaret.
3. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan bahwa *servicescape* (lingkungan fisik) harus diperbaiki lagi salah satunya dengan memperluas lahan parkir sehingga konsumen tidak sulit untuk memarkirkan kendaraannya.