

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara diskon dengan keputusan pembelian Indomaret Gandul pada warga Kelurahan Gandul, Kecamatan Cinere di Depok, dimana saat diskon yang diberikan semakin banyak maka keputusan pembelian masyarakat akan semakin meningkat pula.

Dapat dijelaskan juga bahwa, terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian Indomaret Gandul pada warga Kelurahan Gandul Kecamatan Cinere di Depok, dimana saat kualitas pelayanannya semakin baik maka keputusan pembelian masyarakat akan semakin meningkat pula. Serta terdapat juga, hubungan yang positif dan signifikan antara diskon dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian Indomaret Gandul pada warga Kelurahan Gandul, Kecamatan Cinere di Depok, dimana saat diskon dan kualitas pelayanan semakin meningkat maka keputusan pembelian masyarakat akan semakin meningkat pula. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan persamaan regresi berganda, yaitu $\hat{Y} = 8,113 + 0,743 (X_1) + 0,349 (X_2)$ Keputusan pembelian ditentukan oleh diskon dan kualitas pelayanan sebesar 66,5% dan sisanya sebesar 33,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar diskon dan kualitas pelayanan.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan diatas bahwa, terdapat hubungan yang positif antara diskon dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian Indomaret Gandul pada warga Kelurahan Gandul, Kecamatan Cinere di Depok. Hal tersebut telah membuktikan bahwa diskon dan kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Dari hasil pengolahan data dapat dilihat bahwa pada variabel keputusan pembelian, indikator yang memiliki skor tertinggi adalah dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber pengalaman serta sub indikator pernah menggunakan, yaitu sebesar 16,8%. Oleh karena itu untuk mempertahankan keputusan pembelian, Indomaret Gandul harus mampu melakukan penambahan produk-produk atau melengkapinya agar semakin banyak pelanggan yang membeli produk di Indomaret Gandul. Sedangkan indikator keputusan pembelian terendah adalah dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber pribadi serta sub indikator keluarga sebesar 12,4%. Hal ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan keputusan pembelian, Indomaret Gandul harus bisa menjangkau sumber pribadi terutama keluarga yang dekat dengan pelanggan agar, semakin banyak pelanggan yang membeli di Indomaret Gandul.

Pada variabel diskon, indikator tertinggi adalah Penurunan harga dengan sub indikator brosur harga sebesar 15,6%. Hal ini menunjukkan bahwa Indomaret Gandul perlu memberikan diskon yang lebih banyak agar pelanggan

mempunyai banyak pilihan ketika membeli produk di Indomaret Gandul. Sedangkan indikator Diskon terendah adalah indikator penurunan harga musiman dengan sub indikator imlek sebesar 11.9%. Hal ini menunjukkan bahwa pada saat hari raya imlek Indomaret kurang dalam memberikan diskon seperti hari raya yang lainnya. Untuk meningkatkan tingkat keputusan pembelian, maka sebaiknya Indomaret Gandul melakukan inovasi pada saat hari raya imlek dengan memberikan diskon pada produk yang berhubungan dengan hari raya imlek, supaya pelanggan lebih tertarik.

Pada variabel kualitas pelayanan, indikator tertinggi adalah dimensi jaminan dengan indikator kesopanan sebesar 12.5%. Hal ini menunjukkan bahwa Indomaret Gandul telah memiliki tingkat kesopanan yang sudah cukup baik. Untuk itu Indomaret Gandul harus meningkatkan kesopanan pada pramuniaga/wiraniaga supaya pelanggan menjadi semakin nyaman saat berbelanja di Indomaret Gandul. Sedangkan indikator kualitas pelayanan terendah adalah dimensi bukti fisik dengan indikator alat komunikasi serta sub indikator kotak saran sebesar 10,1%. Oleh karena itu, Indomaret Gandul harus mengeluarkan terobosan baru dalam mendengarkan keluhan pelanggan, supaya pelanggan bisa lebih merasa nyaman saat berbelanja di Indomaret Gandul.

Implikasi dari penelitian ini adalah untuk menciptakan keputusan pembelian produk-produk keseharian di Indomaret Gandul yang tinggi, maka Indomaret Gandul harus menghasilkan diskon dan kualitas pelayanan yang baik dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga pelanggan akan merasa tertarik dengan produk-produk yang dijual oleh Indomaret Gandul.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang telah dipaparkan tersebut, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang dapat bermanfaat untuk meningkatkan keputusan pembelian Indomaret Gandul, sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti bahwa Indomaret Gandul harus dapat menjangkau sumber pribadi, seperti keluarga. Dengan memberikan informasi diskon kerumah-rumah warga Kelurahan Gandul supaya warga mengetahui bahwa adanya diskon dan penawaran lainnya yang diberikan oleh Indomaret Gandul.
2. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti bahwa Indomaret Gandul harusnya juga dapat meningkatkan diskon pada saat hari raya imlek supaya dapat meningkatkan pelanggan yang berbelanja di Indomaret Gandul
3. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti bahwa kualitas pelayanan harus diperbaiki oleh Indomaret Gandul, salah satunya dengan mengadakannya kertas saran apabila sudah habis, ataupun membuat alat komunikasi (kotak saran) yang dapat dengan mudah pelanggan berikan, seperti masyarakat dapat memberikan saran melalui layar pada desktop yang ada dikasir, saran yang diberikan pelanggan akan meningkatkan pelayanan pada Indomaret Gandul dan meningkatkan jumlah pelanggan yang berbelanja di Indomaret Gandul.