

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian melalui penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan toko rawing adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara fungsi pedagang besar (promosi dan penjualan, pembelian dan penyediaan produk yang beranekaragam, memecah-mecah jumlah yang besar, pergudangan, pengangkutan, pembiayaan, penanggung resiko, informasi pasar, jasa manajemen dan konsultasi) terhadap keputusan pembelian konsumen. Setelah melakukan pembahasan dan menganalisis hasilnya yang telah dilakukan dengan menggunakan alat-alat statistik seperti yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a) Berdasarkan hasil analisis data keseluruhan menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh antara fungsi pedagang besar terhadap keputusan pembelian konsumen ditoko rawing. Hal ini terlihat dari hasil analisis regresi linier dengan persamaan regresi yang bernilai positif, berarti hubungan yang positif atau apabila fungsi pedagang besar naik, maka keputusan pembelian juga akan naik. Besarnya kenaikan keputusan pembelian yang diakibatkan oleh kenaikan fungsi pedagang besar ditunjukkan dari koefisien regresinya sebesar 0,737 berarti apabila fungsi pedagang besar mengalami kenaikan atau penurunan sebesar satu satuan maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan atau penurunan sebesar 0,737 satu satuan.
- b) Berdasarkan hasil perhitungan statistik, didapat nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,525. Dengan kata lain artinya fungsi pedagang besar mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ditoko rawing sebesar 525% dan sisanya 475% lainnya dipengaruhi oleh factor-faktor lain.

- c) Dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada 85 responden diperoleh hasil tanggapan responden terhadap fungsi pedagang besar ditoko rawing dan keputusan pembelian konsumen ditoko rawing. Hasil tanggapan responden mengenai fungsi pedagang besar berasal dari 13 pernyataan, dan 4 pernyataan dari dimensi keputusan pembelian konsumen.

Hasil dari pernyataan tanggapan pelanggan adalah sebagai berikut :

- 1) Sebagian besar responden (52,4% setuju dan 32,1% sangat setuju) yakin bahwa promosi dan penjualan di toko rawing sangat diperlukan untuk menarik konsumen agar mau berbelanja di toko rawing.
- 2) Sebagian besar responden (44,0% setuju dan 44,0% sangat setuju) yakin bahwa potongan harga ditoko rawing memiliki pengaruh yang sangat besar dalam pengambilan keputusan pelanggan.
- 3) Sebagian besar responden (38,1% setuju dan 48,8% sangat setuju) yakin bahwa THR dapat membuat pelanggan lebih segan/semangat berbelanja ditoko rawing.
- 4) Sebagian besar responden (47,6% setuju dan 41,7% sangat setuju) yakin bahwa pembelian dan penyediaan produk ditoko rawing beranekaragam.
- 5) Sebagian besar responden (53,6% setuju dan 42,9% sangat setuju) yakin bahwa toko rawing menjual barangnya tidak hanya dalam skala besar (partai/grosir) melainkan ada juga skala yang lebih kecil (semi grosir).
- 6) Sebagian besar responden (50,0% setuju dan 42,9% sangat setuju) yakin bahwa pergudangan ditoko rawing memiliki stock barang yang cukup dan beraneka ragam.
- 7) Sebagian besar responden (46,4% setuju dan 31,0% sangat setuju) yakin bahwa toko rawing memiliki jasa pengangkut untuk melayani pelanggannya.

- 8) Sebagian besar responden (45.2% setuju dan 39.3% sangat setuju) yakin bahwa transaksi pembayaran ditoko rawing mudah dan cepat.
- 9) Sebagian besar responden (33.3% setuju dan 26.2% sangat setuju) yakin bahwa toko rawing menyediakan jasa penukaran uang.
- 10) Sebagian besar responden (47.6% setuju dan 31.0% sangat setuju) yakin bahwa toko rawing memperbolehkan pelanggan untuk melakukan pembayaran secara kredit.
- 11) Sebagian besar responden (48.8% setuju dan 35.7% sangat setuju) yakin bahwa toko rawing sebagai penanggung resiko terhadap produk yang cacat atau rusak.
- 12) Sebagian besar responden (51.2% setuju dan 41.7% sangat setuju) yakin bahwa informasi yang diberikan toko rawing selalu tepat dan up to date.
- 13) Sebagian besar responden (45.2% setuju dan 39.3% sangat setuju) yakin bahwa toko rawing selalu memberikan konsultasi untuk bagaimana cara mengembangkan usaha dagang dan lain-lainya.
- 14) Sebagian besar responden (46.4% setuju dan 46.4% sangat setuju) yakin bahwa harga ditoko rawing membuat pelanggan setuju untuk berbelanja ditoko rawing.
- 15) Sebagian besar responden (50.0% setuju dan 38.1% sangat setuju) yakin bahwa kenyamanan berbelanja ditoko rawing membuat pelanggan betah berbelanja.
- 16) Sebagian besar responden (50.0% setuju dan 42.9% sangat setuju) yakin bahwa responden akan membeli atau berbelanja ditoko rawing karena jenis produk yang dijual beraneka macam dan harganya terhitung murah.
- 17) Sebagian besar responden (48.8% setuju dan 44.0% sangat setuju) yakin bahwa sistem pelayanan ditoko rawing yang ramah membuat responden berbelanja ditoko rawing.

## 5.2 Saran

Saran yang ingin penulis berikan kepada toko rawing untuk dapat mengembangkan kemajuan usaha toko rawing dimasa yang akan datang adalah sebagai berikut :

- a) Faktor-faktor fungsi pedagang besar sebaiknya lebih diperhatikan oleh pihak toko rawing, karena hal tersebut merupakan suatu kesatuan melaksanakan usaha perdagangan dalam meningkatkan penjualan.
- b) Karyawan atau pegawai toko rawing sebaiknya diberikan fasilitas dan penghargaan agar lebih baik dan semangat dalam bekerja serta melayani pelanggannya. Terutama bila terjadi kesalahan dalam bekerja sebaiknya pihak toko rawing memberikan ketegasan dalam penjelasan tanpa emosi.
- c) Strategi penjualan toko rawing sebaiknya dikembangkan melalui jasa pengiriman barang secara freelance (salesman) agar dapat memudahkan pelanggan dalam berbelanja (praktis).
- d) Sistem kinerja toko rawing yang tradisional sebaiknya dapat dilakukan perubahan dengan sistem yang modern terkomputerisasi.