

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis mengenai pengaruh tata letak produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada minimarket Yomart cab. Margahayu Permai, maka penulis pada bagian ini mencoba untuk menarik simpulan sebagai berikut:

1. Pengaturan tata letak produk di minimarket Yomart cab. Margahayu Permai

- Penempatan persediaan barang dagangan di minimarket Yomart cab. Margahayu Permai tidak memberi kesan berdesak-desakan, 82% responden menjawab setuju,
- Minimarket Yomart cab. Margahayu Permai mengatur tata letak produknya dengan baik, lengkap agar pelanggan leluasa memilih barang dagangan, 90% responden menjawab setuju,
- Minimarket Yomart cab. Margahayu Permai menempatkan jenis barang-barang yang saling berhubungan dalam satu bagian, 90% responden menjawab setuju,
- Minimarket Yomart cab. Margahayu Permai meletakkan barang-barang yang menggerakkan hati di dekat pintu masuk dan gang-gang, sehingga anda tertarik untuk membeli, 49% responden menjawab setuju,

- Minimarket Yomart cab. Margahayu Permai meletakkan tata letak produk secara tepat, sehingga mudah dicari oleh pelanggan,85% responden menjawab setuju,
- Minimarket Yomart cab. Margahayu Permai menggunakan ruang depan-kanan sebagai ruang yang paling bernilai,55% responden menjawab setuju.
- Minimarket Yomart cab. Margahayu Permai menggunakan ruang depan-tengah dan kanan-tengah serta kiri sebagai ruang yang paling bernilai,65% responden menjawab setuju,
- Minimarket Yomart cab. Margahayu Permai menggunakan bagian belakang toko sebagai bagian yang kurang banyak dilewati pelanggan, 52% responden menjawab setuju,
- Minimarket Yomart cab. Margahayu Permai memberi lalu lintas yang luas sehingga tidak terjadi berdesak-desakan,74% responden menjawab setuju.

2. Keputusan pembelian konsumen

- **Pengenalan Masalah**
- Konsumen membeli produk/barang melalui proses pengamatan,pembelajaran terlebih dahulu,89% responden menjawab setuju,
- konsumen membeli produk/barang berdasarkan pengalaman,81% responden menjawab setuju.

- konsumen membeli produk/barang melalui pertimbangan-pertimbangan tertentu,81% responden menjawab setuju,
- konsumen membeli produk/barang dipengaruhi oleh kelompok sosial seperti komunitas, masyarakat kelompok agama,36% responden menjawab setuju.
- Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh refensi/acuan,41% responden menjawab setuju,
- Keputusan pembelian dilakukan dengan proses mengenali masalah melalui motif-motif pembelian,65% responden menjawab setuju,
- Pembelian dilakukan dengan proses mengenali masalah melalui konsep diri dan pengaruh-pengaruh lain,66% responden menjawab setuju,
- **Pencarian Informasi**
- Pembelian produk berdasarkan informasi dari keluarga,tetangga,66% responden menjawab setuju,
- Pembelian produk berdasarkan informasi dari teman,sahabat,72% responden menjawab setuju,
- Pembelian produk berdasarkan informasi dari kenalan, rekan bisnis,56% responden menjawab setuju,
- Pembelian produk berdasarkan informasi iklan di tv, radio,71% responden menjawab setuju,

- Pembelian produk berdasarkan informasi dari tenaga penjual/pramuniaga,56% responden menjawab setuju,
- Pembelian produk berdasarkan informasi dari pedagang perantara/retailer/toko,47% responden menjawab setuju,
- Pembelian produk berdasarkan informasi dari pengemasan produk-produk,66% responden menjawab setuju,
- Pembelian produk berdasarkan informasi dari media masa, majalah,koran,70% responden menjawab setuju,
- Pembelian produk berdasarkan informasi dari suatu organisasi ranting konsumen,57% responden menjawab setuju,
- Pembelian produk berdasarkan informasi dari cara penanganan,pemeriksaan, dan kegunaan produk,81% responden menjawab setuju,
- **Evaluasi Alternatif**
- Kosumen membeli produk untuk memenuhi kebutuhanya,93% responden menjawab setuju,
- Konsumen membeli produk untuk mencari manfaat tertentu dari produk tersebut,85% responden menjawab setuju,
- **Keputusan membeli**
- Keputusan pembelian produk itu berdasarkan jenis produknya,89% responden menjawab setuju,

- Keputusan pembelian produk itu berdasarkan jenis mereknya,69% responden menjawab setuju,
- Keputusan pembelian produk berdasarkan siapa penjualnya,27% responden menjawab setuju,
- Keputusan pembelian produk berdasarkan jumlah barang yang dibeli, 61% responden menjawab setuju,
- Keputusan pembelian produk itu berdasarkan waktu membeli (pagi,siang,sore,malam),45% responden menjawab setuju,
- Keputusan pembelian produk itu berdasarkan cara pembayarannya (cash,debit,diskon,dll),77% responden menjawab setuju.

3. Pengaruh antara tata letak produk terhadap keputusan pembelian konsumen

- Pengaruh tata letak produk terhadap keputusan pembelian konsumen di minimarket Yomart cab. Margahayu Permai adalah sebesar 13,33% berarti tingkat pengaruh variabel tata letak produk terhadap keputusan pembelian masuk dalam kategori sangat rendah dan 86,67% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

5.2 Saran

1. Tata letak produk harus lebih ditingkatkan, minimarket Yomart cab. Margahayu Permai harus lebih memenuhi kebutuhan spesifik pelanggan, seperti penyediaan barang dagangan yang lebih menarik di depan pintu masuk, karena dari penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa 45% pelanggan minimarket Yomart cabang Margahayu Permai mengatakan setuju bahwa meletakkan barang-barang yang menggerakkan hati didekat pintu masuk dan gang-gang sehingga anda tertarik untuk membeli karena barang yang di jual adalah barang yang tidak sesuai dengan kebutuhan konsumen. Minimarket Yomart juga harus memperhatikan tingkat ketersediaan barang dagangan yang dijual, karena banyak pelanggan merasa kecewa bahwa persediaan di minimarket Yomart cab. Margahayu Permai sangat terbatas. Sebagai contoh: telur, susu, roti dll.
2. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi sebesar 13,33% dan berarti masih terdapat faktor lain sebesar 86,67% yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di minimarket Yomart cab. Margahayu Permai, seperti harga, promosi, distribusi, pelayanan dll. Untuk itu disarankan agar melakukan penelitian lebih lanjut tentang hubungan antara harga, promosi, distribusi, pelayanan terhadap keputusan pembelian di minimarket Yomart cab. Margahayu Permai.