

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan hasil analisis yang telah dibahas pada bab – bab sebelumnya mengenai analisis faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan minat beli konsumen untuk membeli produk pada distributor PT “x” cabang Karawang, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Tanggapan atas pelaksanaan patronage buying motives yang diberikan kepada responden sudah cukup baik. Hal ini dapat terlihat dari beberapa variabel pertanyaan tentang pelaksanaan patronage buying motives oleh distributor PT “x”, yang dibagi menjadi:
 - a. *Convenience of location*: Lokasi distributor PT “x” yang mudah dijangkau dan mudah dihubungi untuk melakukan pemesanan barang memiliki rata – rata sebesar tiga atau lebih yang artinya telah cukup memuaskan responden. Sedangkan responden merasa paling puas dengan lokasi distributor PT “x” yang mudah dijangkau yaitu sebesar 47 responden (47%), dengan rata – rata nilai sebesar 4,23.

- b. *Attractive store appearance*: Distributor PT “x” mempunyai penampilan yang menarik secara keseluruhan memiliki rata – rata dua atau lebih yang artinya konsumen merasa tidak puas, sedangkan distributor PT “x” sudah melakukan distribusi dengan baik memiliki rata – rata tiga atau lebih yang artinya telah cukup memuaskan responden. Sehingga responden merasa paling cukup puas dengan distributor PT “x” sudah melakukan distribusi dengan baik yaitu sebesar 39 responden (37%), dengan rata – rata nilai sebesar 3,77.
- c. *Reputation*: Distributor PT “x” mempunyai reputasi yang baik dan mempunyai nama yang sudah cukup terkenal memiliki rata – rata dua atau lebih yang artinya konsumen merasa tidak puas. Sedangkan responden merasa paling tidak puas dengan distributor PT “x” mempunyai reputasi yang baik yaitu sebesar 34 responden (34%), dengan rata – rata nilai sebesar 2,31.
- d. *Price*: Ada tawaran harga yang menguntungkan dari distributor PT “x” dan distributor PT “x” selalu memberikan diskon / potongan harga memiliki rata – rata empat atau lebih yang artinya telah memuaskan responden. Sedangkan responden merasa paling puas dengan distributor PT “x” selalu memberikan diskon / potongan harga yaitu

sebesar 45 responden (45%) dengan rata – rata sebesar nilai sebesar 4,20.

- e. *Service*: Responden merasa paling puas dengan kualitas dan pelayanan distributor PT “x” sudah memuaskan dan distributor PT “x” mempunyai salesman yang cepat tanggap dalam pemesanan dan pengiriman barang karena memiliki rata – rata empat atau lebih yang artinya telah memuaskan responden. Untuk kualitas dan pelayanan distributor PT “x” sudah memuaskan sebesar 47 responden (47%) dan untuk distributor PT “x” mempunyai salesman yang cepat tanggap dalam pemesanan dan pengiriman barang sebesar 48 responden (48%) dengan rata – rata nilai yang sama yaitu 4,34. Sedangkan distributor PT “x” mempunyai jumlah salesman yang cukup untuk melayani konsumennya dan distributor PT “x” mempunyai salesman yang ramah dan rapih untuk melayani konsumennya memiliki rata – rata dua atau lebih yang artinya konsumen merasa tidak puas. Sedangkan responden merasa paling tidak puas dengan distributor PT “x” mempunyai salesman yang ramah, rapih, dan cekatan untuk melayani konsumennya yaitu sebesar 31 responden (31%) dengan rata – rata nilai sebesar 2,21.

- f. *Assortment of good*: distributor PT “x” mempunyai keanekaragaman produk / barang yang ditawarkan dan distributor PT “x” mempunyai kelengkapan produk / barang memiliki rata – rata empat atau lebih yang artinya telah memuaskan responden. Sedangkan responden merasa paling puas dengan distributor PT “x” mempunyai keanekaragaman produk / barang yang ditawarkan yaitu sebesar 47 responden (47%) dengan rata – rata nilai sebesar 4,35.
2. Penilaian atas keputusan minat beli konsumen terhadap distributor PT “x” sudah cukup baik. hal ini dapat dilihat dari beberapa pertanyaan tentang keputusan minat beli yang diberikan oleh responden, dimana mayoritas responden memberikan penilaian yang cukup baik terhadap keputusan minat beli sebagai akibat dari pelaksanaan patronage buying motives yang dilakukan oleh distributor PT “x”, yang dibagi menjadi:
- a. Keputusan merek: saudara memilih distributor PT “x” karena mempunyai produk dengan merek yang sudah dikenal konsumen dan saudara memilih distributor PT “x” karena mempunyai banyak merek – merek produk yang sudah terkenal memiliki rata – rata empat atau lebih yang artinya responden setuju dengan pernyataan di atas. Sedangkan responden paling merasa setuju saudara memilih distributor PT “x” karena mempunyai banyak merek – merek produk

yang sudah terkenal sebesar 47 responden (47%), dengan rata – rata nilai sebesar 4,21.

- b. Keputusan pemasok: saudara merasa sudah tepat memilih distributor PT “x”, saudara melihat distributor PT “x” tepat waktu dalam mengantarkan pesanan barang konsumennya dan saudara melihat distributor PT “x” dapat menjangkau seluruh Karawang dalam mendistribusikan produk – produknya memiliki rata – rata tiga atau lebih yang artinya responden cukup setuju dengan pernyataan di atas. Sedangkan responden paling merasa setuju saudara melihat distributor PT “x” tepat waktu dalam mengantarkan pesanan barang konsumennya sebesar 39 responden (39%), dengan rata – rata nilai sebesar 4,05.
- c. Keputusan kuantitas: saudara dapat memesan jumlah barang secara grosir dan saudara dapat memesan jumlah barang secara eceran memiliki rata – rata empat atau lebih yang artinya responden setuju dengan pernyataan di atas. Sedangkan responden paling merasa setuju saudara dapat memesan jumlah barang secara eceran sebesar 48 responden (48%), dengan rata – rata nilai sebesar 4,24.

- d. Keputusan waktu: saudara dapat memesan sewaktu – waktu pada distributor PT “x” memiliki rata – rata dua atau lebih yang artinya responden tidak setuju dengan pernyataan di atas sebesar 30 responden (30%), dengan rata – rata nilai sebesar 2,15. Sedangkan saudara mendapatkan kecepatan pemesanan barang pada distributor PT “x” memiliki rata – rata tiga atau lebih yang artinya responden cukup setuju dengan pernyataan di atas sebesar 37 responden (37%), dengan rata – rata nilai sebesar 3,94.
- e. Keputusan metode pembayaran: saudara merasa cocok dengan metode pembayaran di distributor PT ”x” dan saudara membayar tepat waktu barang – barang yang diterima memiliki rata – rata tiga atau lebih yang artinya responden cukup setuju dengan pernyataan di atas. Sedangkan responden paling merasa setuju saudara membayar tepat waktu barang – barang yang diterima sebesar 39 responden (39%), dengan rata – rata nilai sebesar 3,96
3. Hubungan pelaksanaan patronage buying motives yang diberikan distributor PT “x” dengan keputusan minat beli menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara kedua variabel tersebut yaitu sebesar 0.617 dan dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan patronage buying motives yang diberikan

distributor PT “x” ada hubungan sebesar 38.07% dengan keputusan minat beli, sedangkan sisanya sebesar 61.93% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak diteliti saat ini seperti:

- Memenuhi kebutuhan konsumen akan produk consumer goods
- Kualitas produk terjamin
- Harga produk yang dapat bersaing

Meskipun peranannya tidak mencapai 50% tetapi bisa dikatakan bahwa pelaksanaan patronage buying motives merupakan salah satu faktor penting untuk meningkatkan keputusan minat beli konsumen karena masih ada hubungan lebih dari satu pertiga dari keseluruhan faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan minat beli.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, kesimpulan yang diperoleh dan wawancara dengan konsumen serta pengamatan langsung terhadap pelaksanaan patronage buying motives yang mempengaruhi keputusan minat beli, maka ada beberapa saran yang dapat dijadikan alternative strategi bagi distributor PT “x”, dalam meningkatkan keputusan minat beli konsumennya. Saran – saran tersebut antara lain:

1. Diharapkan distributor PT “x” dimasa yang akan datang dapat terus mempertahankan, mengendalikan dan meningkatkan kualitas pelaksanaan

patronage buying motives-nya agar menjadi lebih baik lagi. Hal ini disebabkan karena ada faktor – faktor yang menyebabkan responden merasa tidak puas seperti:

- Distributor PT “x” mempunyai penampilan yang menarik secara keseluruhan
- Distributor PT “x” mempunyai reputasi yang baik
- Distributor PT “x” mempunyai nama yang sudah cukup terkenal
- Distributor PT “x” mempunyai jumlah salesman yang cukup untuk melayani konsumennya
- Distributor PT “x” mempunyai salesman yang ramah, rapih, dan cekatan untuk melayani konsumennya

Distributor PT “x” diharapkan untuk memperbaiki dan meningkatkan faktor – faktor yang membuat responden merasa tidak puas tersebut.

2. Diharapkan distributor PT “x” melakukan cara agar responden dapat memesan sewaktu – waktu pada distributor PT “x” karena untuk hal ini responden merasa tidak puas.
3. Diharapkan distributor PT “x” memberikan pelatihan secara berkala kepada para sales-nya agar mereka menjadi lebih terampil lagi, karena peranan sales ini sangat penting bagi distributor PT “x”.