

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai bauran ritel terhadap keputusan pembelian dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan bauran ritel pada unit usaha KPGSmart termasuk pada kategori baik. Unsur lokasi, *merchandise* (produk), harga, promosi, dan atmosfer toko termasuk pada kategori baik sedangkan pelayanan termasuk pada kategori sangat baik.
2. Keputusan pembelian anggota di KPGSmart termasuk pada kategori baik. Anggota memutuskan membeli di KPGSmart dengan pertimbangan seperti pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, jumlah pembelian, waktu pembelian, dan metode pembayaran.
3. Variabel lokasi, harga, promosi, atmosfer toko, dan pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Bauran ritel yang terdiri dari lokasi, produk, harga, promosi, atmosfer toko, dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 29,0%, sedangkan sisanya sebesar 71,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
4. Upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk memperbaiki bauran ritel seperti menambah jenis dan merek produk, pemberian harga produk yang murah

kepada anggota, meningkatkan promosi KPGSmart seperti adanya brosur dan daftar harga barang yang dibagikan kepada anggota secara berkala, pemberian label harga pada barang, dan meningkatkan pelayanan pesan antar yang terjadwal sehingga nantinya dapat meningkatkan keputusan pembelian anggota di KPGSmart.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang didapat, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi KPGSmart, meningkatkan bauran ritel yang ada di KPGSmart dengan upaya-upaya yang disarankan. Hasil uji pengaruh secara parsial menyatakan bahwa diantara unsur-unsur bauran ritel, variabel produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka perlu adanya peningkatan pada unsur produk seperti jumlah jenis barang dan merek barang yang dijual, juga kuantitas barang perlu diperhatikan di KPGSmart
2. Bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian sejenis, disarankan meneliti faktor selain bauran ritel (lokasi, produk, harga, promosi, atmosfer toko, dan pelayan) karena masih ada 71% faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian anggota di KPGSmart seperti faktor stimuli lain yaitu faktor ekonomi, faktor teknologi, faktor politik, dan faktor budaya atau karena faktor karakteristik konsumen seperti faktor sosial, faktor kepribadian, faktor psikologi, maupun faktor budaya.