

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berikut adalah hasil kesimpulan dari pengolahan dan analisa data.

1. Kelima faktor (pelayanan, produk, harga, promosi, dan lokasi) berpengaruh terhadap keputusan untuk berbelanja.
2. Faktor minimarket A yang paling signifikan adalah faktor pelayanan, sedangkan faktor minimarket B yang paling signifikan adalah faktor harga.
3. Terbentuk 3 cluster dengan karakteristik:
 - a. Cluster 1 digolongkan sebagai cluster sebagai pegawai atau karyawan swasta dengan pendapatan yang tinggi serta tingkat belanja yang tinggi.
 - b. Cluster 2 digolongkan sebagai *cluster* pelajar atau mahasiswa yang belum memiliki pendapatan serta tingkat belanja sedang.
 - c. Cluster 3 digolongkan sebagai *cluster* wiraswasta atau wirausaha yang memiliki pendapatan cukup tinggi dengan tingkat belanja yang sedang.
4. Alasan utama berbelanja di minimarket A dan minimarket B adalah sama-sama karena lokasi mudah untuk diakses.
5. Alasan yang membedakan berbelanja di minimarket A dan minimarket B adalah terletak pada urutan ke 3 dan 5 yaitu pada alasan produk lengkap dan harga lebih murah.

6.2 Saran

Hasil dari penelitian bisa dijadikan sebagai acuan untuk penelitian berikutnya. Penelitian berikutnya bisa meluaskan cakupan penelitiannya yaitu dengan menambahkan respondennya atau meneliti dengan beberapa tempat lainnya. Selain itu pada penelitian berikutnya yang sejenis juga dapat mengembangkan dan menambahkan faktor lain seperti faktor budaya, sosial, pribadi, psikologis dan lain-lainnya sehingga dapat mengetahui ada atau tidaknya peran faktor tersebut mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan berbelanja.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakti, Sukma. 2016. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Minat *Impulse Buying* pada Gerai Alfamart. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, Vol 5(2).
- Christi M, Vinita. 2009. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Memilih Carrefour Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus pada Konsumen Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta). Skripsi Mahasiswa: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2002. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hariyadi, Guruh Taufan. 2016. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Berbelanja di Minimarket (Studi pada Indomaret dan Alfamart di Semarang). *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Vol 1(1), Hal:16-32.
- Huddleston, P. & Minahan, S. 2011. *Consumer Behavior: Woman and Shopping*. New York: Business Expert Press.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi XIII. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: PT Perhalindo.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Edisi Milenium. Jakarta: PT. INDEKS

- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo.
- Lupiyoadi, Rambat. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*, Jilid 1. Edisi IV. Jakarta: PT. INDEKS.
- Ma'Munah, Siti Ulfatul. 2017. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Konsumen Retail (Studi Empiris Retail Konvensional Jaya Kartasura & Retail Modern Indomaret Kleco Kartasura)*. Jurnal Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Nugraha, Adi. 2011. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Memilih Carrefour Jember Sebagai Tempat Berbelanja*. Skripsi Mahasiswa: Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- Santoso, Singgih. 2015. *Menguasai Statistik Multivariat: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Setiadi, Nugroho J. 2013. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Sugiyono. 2008. *Metode Riset Penelitian* Edisi revisi. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sumber Alfaria Trijaya, PT. 2018. *Public Expose*. Tangerang: Alfamart.

Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.