



BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

- a. Nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,714 yang menunjukkan besarnya hubungan antara variabel *independent* (lokasi, kategori barang dagangan, harga, dan desain & penataan toko) secara serempak atau bersama-sama dengan variabel *dependent* (keputusan pembelian). Nilai $R = 0,714$ mendekati +1, maka hubungan antara variabel-variabel *independent* dengan variabel *dependent* adalah kuat. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan uji F diperoleh $F_{hitung} (24,768) > F_{tabel} (2,467)$ dan signifikansinya $0,000 < 0,05$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak atau hipotesis alternatif (H_1) diterima, yang berarti bahwa variabel lokasi, kategori barang dagangan, harga, dan desain & penataan toko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama dari penelitian ini terbukti kebenarannya dimana dugaan bahwa variabel-variabel *retail mix* (lokasi, kategori barang dagangan, harga, desain dan penataan toko) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Supermarket Sinar Bintoro Surabaya adalah benar. Berdasarkan hasil analisis nilai koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,510, hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi, kategori

barang dagangan, harga, dan desain & penataan toko memberikan kontribusi sebesar 51% terhadap keputusan pembelian di Supermarket Sinar Bintoro, sedangkan sisanya 49% dikontribusi oleh variabel lain di luar variabel *retail mix* (lokasi, kategori barang dagangan, harga, dan desain & penataan toko) yang digunakan.

- b. Nilai koefisien korelasi parsial (r) antara X_1 dengan Y adalah 0,092 dengan $t_{hitung} X_1$ sebesar 0,902. Hal ini menunjukkan hubungan antara variabel lokasi dengan variabel keputusan pembelian adalah tidak ada hubungan atau ada hubungan yang lemah. Koefisien korelasi parsial (r) antara X_2 dengan Y adalah 0,554 dengan $t_{hitung} X_2$ sebesar 6,489. Hal ini menunjukkan hubungan antara variabel kategori barang dagangan dengan variabel keputusan pembelian adalah hubungan yang cukup kuat. Koefisien korelasi parsial (r) antara X_3 dengan Y adalah 0,209 dengan $t_{hitung} X_3$ sebesar 2,086. Hal ini menunjukkan hubungan antara variabel harga dengan variabel keputusan pembelian adalah tidak ada hubungan atau hubungan yang lemah. Sedangkan koefisien korelasi parsial (r) antara X_4 dengan Y adalah 0,217 dengan $t_{hitung} X_4$ sebesar 2,166. Hal ini menunjukkan hubungan antara variabel desain & penataan toko dengan variabel keputusan pembelian adalah tidak ada hubungan atau hubungan yang lemah. Sehingga hal ini menunjukkan $t_{hitung} X_2 = 6,489 > t_{hitung} X_4 = 2,166 > t_{hitung} X_3 = 2,086 > t_{hitung} X_1 = 0,902$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian di Supermarket Sinar Bintoro adalah variabel kategori barang dagangan (X_2). Hal ini juga membuktikan bahwa hipotesis kedua dari

penelitian ini tidak terbukti kebenarannya sebab pada hipotesis kedua yang diduga mempunyai pengaruh dominan adalah variabel harga bukan variabel kategori barang dagangan.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan di atas, maka penulis mencoba memberikan saran yang mungkin berguna bagi perusahaan obyek penelitian, yaitu:

- a. Perusahaan sebaiknya terus berinovasi dan cermat dalam menentukan barang dagangan yang akan dijual di tokonya agar barang dagangan yang dijual sesuai dengan selera konsumen. Dalam menentukan barang dagangan yang akan dijual agar sesuai dengan selera konsumen maka sebaiknya perusahaan dapat merespon dengan cepat perubahan-perubahan pada permintaan konsumen yang menuntut produk dengan kualitas yang semakin baik.
- b. Perusahaan sebaiknya terus menjaga dan meningkatkan kualitas dari produk (terutama produk-produk *fresh*) agar harga yang ditetapkan untuk produk tersebut sesuai dengan kualitas produk yang dijual.
- c. Perusahaan sebaiknya terus berinovasi dalam mendesain dan menata toko (terutama dalam menata barang dagangan) agar dapat semakin memudahkan konsumen dalam mencari barang, memberikan rasa nyaman dalam berbelanja, serta agar konsumen tidak merasa jenuh dengan pola desain dan penataan toko yang sama terus menerus.
- d. Perusahaan sebaiknya juga memperhatikan dan mempertimbangkan berbagai variabel di luar lokasi, kategori barang dagangan, harga, dan desain & penataan toko yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen,

misalnya selera konsumen, dan ancaman persaingan dari perusahaan-perusahaan lain yang sejenis.





DAFTAR KEPUSTAKAAN

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Arcana, Nyoman, 1996, *Pengantar Statistika II, Untuk Ekonomi Bagian Inferensial*, Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mandala
- Bellenger, Danny N. and Jac, L. Goldstucker, 1983, *Retailing Basic*, Richard D. Irwin, inc. Homewood: Winois
- Berman, Barry and Joel R., Evan, 1995, *Principles of Marketing*, 3rd ed, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall. Inc
- _____, 2001, *Retail Management, A Strategic Approach*, 8th edition, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall Inc
- Champion, Dean J., 1981, *Basic Statistic For Social Research*, 2nd ed, New York: Macmillan Publishing Co
- Gilbert, David, 2003, *Retail Marketing Management*, 2nd ed, England: Pearson Education.
- Kotler, Philip, dan Gary, Armstrong, 1998, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Indonesia, Jakarta: Prenhallindo.
- Levy, Michael, and Barton A., Weitz, 2004, *Retailing Management*, International Edition, New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Mason, J. Barry, dan Moris L., Mayer, 1987, *Modern Retailing, Theory and Practice*, Texas: Business Publications. Inc
- Sudjana, 1996, *Metoda Statistika*, Edisi keenam, Bandung: Tarsito.

Supranto, J. MA., 2000, *Statistik, Teori dan Aplikasi*, Edisi keenam, Jilid pertama, Jakarta: Erlangga.

Tull, Donald S., and Del I., Hawkins, 1993, *Marketing Research, Measurement & Method*, 6th Ed, America: Macmillan Publishing Company

Wibisono, Dermawan, 2000, *Riset Bisnis*, Edisi Pertama, Yogyakarta:BPFE

