

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan pengaruh lokasi, produk, harga, promosi, pelayanan, dan suasana toko terhadap Keputusan Pembelian pada Sakinah 212 Mart Kediri, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor bauran pemasaran ritel dalam penelitian ini yang terdiri dari 6 faktor yaitu: lokasi, produk, harga, promosi, pelayanan dan suasana toko. Keenam faktor tersebut dipertimbangkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian di Sakinah 212 Mart Kediri.
2. Lokasi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin baik lokasi Sakinah 212 Mart Kediri maka keputusan pembelian konsumen juga akan semakin meningkat.
3. Produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin baik produk yang ditawarkan di Sakinah 212 Mart Kediri maka keputusan pembelian juga akan meningkat
4. Harga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin baik harga yang ditawarkan Sakinah 212 Mart Kediri maka keputusan pembelian konsumen juga akan semakin meningkat.

5. Promosi memberikan pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin baik promosi yang dilakukan maka keputusan pembelian konsumen juga akan meningkat tetapi tidak terlalu berpengaruh atau pengaruhnya kecil terhadap keputusan pembelian Hal ini dikarenakan pihak Sakinah 212 mart Kediri dalam melakukan promosi secara online masih belum maksimal, selain itu kegiatan dalam menunjang promosi yakni *personal selling* dan *sales promotion* belum terlaksana. Promosi hanya dilakukan dengan memasang banner, poster, dan brosur. Sehingga masyarakat Kediri masih belum mengetahui keberadaan toko ritel modern yang berbasis syariah tersebut. Akibatnya faktor promosi masih belum memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat pembeli dalam melakukan keputusan pembelian di Sakinah 212 Mart Kediri.
6. Pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin baik harga yang ditawarkan Sakinah 212 Mart Kediri maka keputusan pembelian konsumen juga akan semakin meningkat
7. Suasana toko memberikan pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin baik suasana toko yang diciptakan Sakinah 212 Mart Kediri maka keputusan pembelian konsumen juga akan meningkat tetapi tidak terlalu berpengaruh atau pengaruhnya kecil terhadap keputusan pembelian Hal ini dikarenakan, konsumen menganggap bahwa suasana toko merupakan suatu faktor

yang tidak terlalu penting untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Konsumen lebih mempertimbangkan faktor lain seperti harga dan pelayanan. Selain itu, konsumen menganggap bahwa suasana toko Sakinah 212 Mart Kediri hampir sama dengan toko ritel lainnya.

8. Pengaruh lokasi, produk, harga, promosi, pelayanan, dan suasana toko secara bersama-sama dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan lokasi, produk, harga, promosi, pelayanan, dan suasana toko saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Jadi apabila lokasi, produk, harga, promosi, pelayanan, dan suasana toko tersebut dapat diterapkan dengan baik maka akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas penelitian ini. Adapun saransaran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademis

Diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pemasaran, khususnya mengenai bauran pemasaran ritel atau yang biasa disebut *Retailing mix* yang terdiri lokasi, produk, harga, promosi, pelayanan, dan suasana toko terhadap keputusan pembelian, kemudian dapat bermanfaat untuk sumbangan teori, sebagai bahan

referensi atau rujukan khususnya di jurusan Ekonomi Syari'ah dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

2. Bagi Sakinah 212 Mart Kediri

Penelitian ini diharapkan berguna bagi perusahaan sebagai sumbangan saran, pemikiran, informasi serta bahan masukan untuk strategi pemasaran yang lebih baik lagi khususnya agar meningkatkan pada aspek promosi dan suasana toko yang diterapkan agar dapat menarik konsumen atau pembeli untuk meningkatkan keputusan pembelian produk di Sakinah 212 Mart Kediri.

3. Bagi peneliti yang akan datang

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah berbagai indikator-indikator pada masing-masing bauran pemasaran ritel sehingga dapat mengetahui faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian konsumen.