

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan, maka diambil kesimpulan:

1. Berdasarkan hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Alfamart M.Yamin Bangko. Hal tersebut dapat dilihat dari perhitungan uji-t yang mempunyai tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t-hitung $4.553 < t\text{-tabel } 1.655$. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adipramita (2019) yaitu lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Alfamart M.Yamin Bangko. Hal tersebut dapat dilihat dari Hasil uji-t dari variabel kelengkapan produk mempunyai tingkat signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$ dan nilai t-hitung $2.863 > t\text{-tabel } 1.655$. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Masibbuk et al., (2019) dan Umairoh (2020) kelengkapan produk mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Berdasarkan uji hipotesis secara simultan (uji f) menunjukkan bahwa variabel yaitu lokasi dan kelengkapan produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi ($0.000 < 0.05$) dan hasil uji simultan yang memiliki F-hitung yaitu $24,790 >$ dari nilai F-tabel 2,67. Hasil ini sejalan dengan penelitian

yang dilakukan oleh Susanti (2021) lokasi dan kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Alfamart Blahkiuh Kabupaten Badung.

5.2 Saran

1. Berdasarkan pada variabel lokasi terdapat pernyataan yang harus lebih diperhatikan oleh Alfamart M. Yamin Bangko yaitu “Lokasi Alfamart M. Yamin memiliki lokasi yang dapat dilihat jelas” Hal ini perludi perhatikan oleh Alfamart M.Yamin. Disarankan pemilik Alfamart M. Yamin Bangko sebaiknya memberikan palang atau neon box yang lebih besar dan jelas sehingga lokasi nya dapat dilihat dengan jelas oleh konsumen.
2. Berdasarkan pada variabel kelengkapan produk terdapat pernyataan yang harus lebih diperhatikan oleh Alfamart M. Yamin Bangko yaitu “Produk yang dijual pada Alfamart M. Yamin selalu *ready stock*” karena mempunyai ilia TCR yang paling rendah. Hal ini perlu diperbaiki untuk meningkatkan keputusan pembelian. Sebaiknya Alfamart M. Yamin Bangko lebih memperhatikan ketersediaan produk yang dijual sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga konsumen semakin semangat untuk melakukan pembelian.
3. Bagi konsumen Alafamart M. Yamin Bangko, selain mempertimbangkan masalah lokasi dan kelengkapan produk dalam keputusan pembelian, diharapkan konsumen juga dapat mempertimbangkan tempat belanja yang memiliki kualitas produk yang baik.
4. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel lain seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, sosial budaya atau

mengembangkan dengan skala yang lebih besar dan faktor-faktor lainnya yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga penelitian yang akan mendatang menghasilkan penelitian yang lebih lengkap.