

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai Pengaruh Bauran Penjualan Eceran (*Retail Mix*) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Naraya Swalayan Kecamatan Kasihan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel produk, harga, promosi, layanan, desain toko, lokasi toko, dan suasana toko secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
5. Variabel layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
6. Variabel desain toko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
7. Variabel lokasi toko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

8. Variabel suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

### **B. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan, yaitu:

1. Subjek yang diteliti pada penelitian ini hanya berjumlah 100 orang responden, karena keterbatasan waktu, tenaga, dan dana dari peneliti. Padahal jumlah konsumen Naraya Swalayan Kecamatan Kasihan per-hari dapat mencapai sekitar 200 orang seperti yang peneliti paparkan dalam latar belakang penelitian ini. Dengan semakin banyaknya sampel yang diperoleh maka akan semakin valid data yang didapatkan.
2. Variabel yang diteliti hanya sebatas bauran eceran atau *retail mix* dengan keputusan pembelian, padahal bisa juga dilakukan penelitian terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen.

### **C. Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan di atas, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Naraya Swalayan Kecamatan Kasihan akan lebih baiknya melakukan promosi yang lebih banyak lagi, terutama di kalangan mahasiswa, misalnya publisitas yang berwujud berita, *press release*, atau lainnya yang mengandung *news interest* karena daerahnya yang dekat dengan kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang mayoritas mahasiswa. Bentuk promosi yang lain juga saat ini dapat dilakukan dengan mengikuti perkembangan teknologi yang ada, seperti

membuat *website* atau hanya sekedar melengkapi profil Naraya Swalayan Kecamatan Kasihan yang ada di internet saat ini, agar konsumen mudah mendapatkan informasi dan terdorong untuk berbelanja.

2. Produk adalah variabel yang berpengaruh paling signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Naraya Swalayan Kecamatan Kasihan. Oleh karena itu disarankan kepada manajemen Naraya Swalayan Kecamatan Kasihan untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah varian produk serta menjaga kualitas tetap sama sejak produk-produk yang masuk dari para produsen sampai kepada konsumen akhir, karena dalam penelitian ini poin produk yang dijual sesuai dengan kualitas yang diharapkan paling tinggi, jadi itulah nilai lebihnya.

3. Peneliti selanjutnya diharapkan menambah variabel selain variabel yang sudah dibahas dalam penelitian ini, misalnya merek dari yang di jual dalam sebuah Swalayan dll.