

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Situasi pembelian yang terkait dengan konsumen minimarket secara umum dinilai sudah cukup baik. Penilaian tertinggi ada pada indikator lingkungan sosial (*social surrounding*), hal utama yang dipertimbangkan adalah aspek keramahan pramuniaga sedangkan yang terendah ada pada indikator keadaan yang mendahului (*antecedent state*) dalam hal kesan pertama masuk toko.
2. Dalam hal keputusan pembelian, konsumen minimarket mempertimbangkan beberapa aspek seperti pemilihan merek produk yang dibeli, pemilihan saluran pembelian dan jumlah pembelian. Yang paling utama adalah penentuan waktu pembelian sedangkan keputusan yang berkaitan dengan variasi produk dirasakan masih kurang.
3. Situasi pembelian berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen minimarket di kecamatan Sukasari, Bandung. Semakin baik situasi pembelian yang mencakup aspek lingkungan fisik (*physical surrounding*), lingkungan sosial (*social surrounding*), waktu (*time perspective*), tujuan (*task definition*) dan keadaan yang mendahului (*antecedent state*) maka aspek tersebut akan semakin dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembeliannya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan temuan yang telah dihasilkan maka penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut dengan harapan dapat memberikan manfaat dan menjadi masukan bagi minimarket di kecamatan Sukasari, Bandung dalam hal meningkatkan tingkat keputusan pembelian konsumen adalah sebagai berikut:

1. Lingkungan fisik yaitu dari segi keluasan tempat parkir masih kurang sehingga disarankan pihak minimarket untuk menyediakan halaman tokonya hanya untuk tempat parkir, tidak dipakai untuk ruang usaha. Untuk segi lingkungan sosial, minimarket harus dapat memberikan pelayanan terbaik sehingga terjadi proses *word of mouth* di lingkungan sosial konsumen untuk memberitahukan konsumen lainnya agar berbelanja di minimarket. Kecepatan pelayanan harus tetap dipertahankan dan pada saat-saat minimarket ramai dikunjungi oleh konsumen maka pihak minimarket harus selalu siap dan memberikan layanan yang prima bagi konsumen. Untuk saat-saat menjelang dan pada saat hari spesial seperti hari raya maka minimarket harus meresponnya dengan menyediakan kebutuhan konsumen sesuai suasana yang sedang terjadi. Konsumen harus memiliki kesan yang baik saat berbelanja di minimarket dan merasakan bahwa mereka sedang belanja di minimarket yang sudah memiliki *image* nyaman, bersih dan pelayanan yang baik yang mengutamakan kepraktisan dan kecepatan atau waktu yang tidak lama dalam berbelanja. Oleh karena itu, disarankan kepada pihak minimarket

untuk dapat meningkatkan pelaksanaan situasi pembelian yang telah dilaksanakan.

2. Minimarket disarankan mengembangkan dan meningkatkan variasi produk yang tersedia di gerai. Pihak minimarket disarankan untuk dapat membuat persepsi yang lebih baik dan menarik terhadap minimarket.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti *marketing mix*. Oleh karena itu, peneliti berharap faktor-faktor lain tersebut dapat diteliti lebih lanjut di kemudian hari untuk menyempurnakan penelitian mengenai keputusan pembelian ini.

