

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden terhadap penerapan pengelolaan barang dagangan bahwa hampir seluruhnya berada pada kategori tinggi yang berarti bahwa pengelolaan barang dagangan pada Yomart minimarket Cabang Cibeureum Cimahi sudah baik, hal ini dapat dilihat berdasarkan indikator-indikatornya dari yang paling dominan sampai yang terlemah yaitu indikator harga, kualitas dan keragaman produk. Indikator harga merupakan indikator yang paling dominan, hal ini dikarenakan konsumen cenderung membeli suatu produk berdasarkan kisaran tingkat harga pada suatu barang yang ditawarkan, sedangkan indikator keragaman produk merupakan indikator yang paling rendah.
2. Tanggapan responden terhadap keputusan pembelian konsumen hampir seluruhnya dinilai tinggi, hal ini dapat dilihat dari indikator yang paling dominan sampai yang terendah yaitu indikator pemilihan produk, indikator penentuan waktu, pemilihan merek atau minimarket, pemilihan saluran distribusi, dan pemilihan jumlah produk berdasarkan banyaknya produk yang dibeli. Indikator pemilihan produk merupakan indikator yang paling dominan, hal ini dikarenakan konsumen dalam melakukan pembelian lebih mengutamakan pada kinerja akan suatu produk atau barang yang akan dibeli

seperti pembelian berdasarkan kualitas, pembelian berdasarkan harga, dan pembelian berdasarkan kelengkapan produk. sedangkan indikator yang paling rendah adalah indikator pemilihan jumlah produk.

3. Pengelolaan barang dagangan mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian dengan tingkat korelasi yang tinggi atau kuat.

5.2. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai penerapan pengelolaan barang dagangan yang baik agar dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada Yomart minimarket cabang Cibeureum Cimahi:

1. Tanggapan konsumen terhadap keragaman produk dinilai rendah oleh responden. Peningkatan keragaman produk dapat dilakukan dengan melakukan berbagai strategi melalui penerapan :
 - a). Meningkatkan variasi produk yaitu dengan menjual berbagai variasi produk terutama pada barang-barang untuk kebutuhan sehari-hari yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Penerapan variasi produk tersebut dapat meliputi keluasan seperti menyediakan produk-produk pelengkap atas produk utama dan kedalaman yaitu seperti menyediakan bermacam-macam jenis karakteristik dari suatu produk sehingga dapat meningkatkan jumlah pembelian konsumen. Menerapkan variasi produk dapat dilakukan misalnya dengan menciptakan produk baru atau *private label* pada produk-produk utama seperti roti, gula pasir, makanan ringan tentunya dengan penetapan harga yang lebih murah dibandingkan dengan merek produk dipasar. Sehingga selain untuk menarik konsumen melakukan pembelian pada

produk, *private label* juga akan membuat citra toko yang baik serta loyalitas pelanggan.

- b). Keseimbangan dan konsistensi, minimarket perlu menjaga keseimbangan produk yaitu seperti menyesuaikan jenis dan macam produk yang dijual dengan pasar sarannya. Setelah itu perlu juga menjaga konsistensinya yang berarti produk yang sudah sesuai dengan keinginan konsumen harus tetap dijaga keberadaanya dengan cara menjaga kelengkapan, kualitas dan harga produk yang dijual. Konsistensi pengelolaan jenis barang dagangan yang terarah akan memudahkan minimarket memposisikan dirinya secara unik dan berbeda dengan minimarket lain, misalnya dikarenakan lokasi minimarket berada pada pemukiman penduduk sebaiknya minimarket menyediakan barang-barang untuk keperluan pokok sehari-hari seperti telur, minyak goreng sehingga kebutuhan konsumen secara konsisten dapat terpenuhi.
2. Tanggapan terhadap keputusan pembelian, penilaian dengan skor terendah terdapat pada indikator pemilihan jumlah produk. Hal ini menunjukkan pembelian yang dilakukan oleh konsumen berdasarkan jumlah produk yang dibeli nilai rendah oleh konsumen. Oleh karena itu perlu dilakukan strategi untuk meningkatkan jumlah pembelian oleh konsumen. Selain minimarket perlu untuk melakukan pelaksanaan program Pengelolaan barang dagangan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen seperti penelitian yang penulis lakukan. Hal lain yang penting adalah program promosi penjualan eceran seperti peningkatan intensitas dalam melakukan program diskon dan program promosi. Karena konsumen saat ini tertarik untuk

memilih produk dengan variasi harga yang menarik dan relatif murah, sehingga dengan pelaksanaan program program diskon konsumen lebih sering mengunjungi minimarket dan bukan hanya mengunjungi tetapi pembelian dengan kuantitas jumlah produk yang banyak.

3. Untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen, perusahaan ritel dapat meningkatkan strategi pemasaran dalam hal bauran pemasaran ritel, maka harus diikuti dengan peningkatan strategi pada pemasaran ritel untuk menjaga kesesuaian antara minimarket dengan konsumen, serta menarik konsumen untuk berbelanja pada minimarket tersebut. Maka penulis merekomendasikan agar perusahaan harus tetap menjaga dan meningkatkan kualitas Pengelolaan barang dagangan sehingga konsumen tertarik untuk melakukan pembelian. Selain itu masih banyak strategi dalam bauran penjualan eceran seperti promosi pengecer, penetapan *pricing tactic*, penerapan *store atmosphere* yang menarik, penentuan lokasi toko yang strategis, dan lain-lain yang diprediksi dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada sebuah bisnis ritel.