

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bagian sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi konsumen tentang Keanekaragaman Produk, Suasana Toko dan Promosi terhadap Minat Beli pada Toko Distro Lasinrang Oesapa Kota Kupang adalah baik. Hal ini didasarkan pada hasil analisis deskriptif yang dilakukan terhadap keseluruhan variabel, di mana rata-rata kategori persepsi responden tentang keanekaragaman produk, variabel suasana toko, variabel promosi, dan variabel minat beli, ketiga variabel ini masuk dalam kategori **baik**. Hasil penelitian ini **tidak sesuai** dengan hipotesis yang diajukan.
2. Secara parsial, variabel Keanekaragaman produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli pada Toko Distro Lasinrang Oesapa Kota Kupang, variabel suasana toko dan promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Toko Distro Lasinrang Oesapa Kota Kupang. Hasil ini menunjukkan hipotesis tentang Keanekaragaman Produk **tidak terbukti**, sedangkan Suasana Toko dan Promosi **terbukti**.
3. Secara simultan, variabel Keanekaragaman Produk, Suasana Toko dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli pada Toko Distro Lasinrang Oesapa Kota Kupang. Hal ini menunjukkan

hipotesis yang diajukan **terbukti**.

4. Hasil uji Koefisien Determinasi (R^2) diperoleh besaran pengaruh variabel Keanekaragaman Produk, Suasana Toko dan Promosi terhadap Minat Beli Pada Toko Distro Lasinrang Oesapa Kota Kupang adalah sebesar sebesar 80,8%. Sedangkan 19,2% lainnya, dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini misalnya variabel lokasi, citra merek dan harga.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan dapat disarankan kepada Toko Distro Lasinrang Oesapa Kota Kupang sebagai berikut:

1. Pihak Toko Distro Lasinrang Oesapa Kota Kupang perlu mempertahankan dan meningkatkan keanekaragaman produk yang dijual dengan cara menambah jenis merek produk, sehingga dapat meningkatkan minat beli di Toko Distro Lasinrang Oesapa Kota Kupang.
2. Pihak Toko Distro Lasinrang Oesapa Kota Kupang perlu mempertahankan dan meningkatkan suasana toko, dengan cara menyediakan tempat parkir yang aman untuk kendaraan dan meningkatkan suasana dalam toko yang nyaman serta memperhatikan tanda-tanda informasi yang ada di toko Distro Lasinrang Oesapa Kota Kupang.
3. Pihak Toko Distro Lasinrang Oesapa Kota Kupang perlu mempertahankan dan meningkatkan promosi dengan cara membuat iklan yang menarik di social media dan menawarkan kepada konsumen agar dapat memotivasi konsumen untuk menarik minat beli pada Toko Distro.

4. Bagi peneliti lainnya, yang ingin mengadakan riset serupa, agar dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan mengangkat objek penelitian pada produk ekonomi lainnya, dengan jumlah variabel yang lebih luas, sehingga dapat diketahui alasan lebih mendalam atas pilihan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Alma, Buchari. 2013. "Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa". Bandung: Alfabeta
- Herlambang, Susatyo. 2014. "*Basic Marketing (Dasar-Dasar Marketing) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*". Yogyakarta: Gosyeng Publihsing
- Kotler, P. (2005) *Marketing Management. 2th Edition*. Pearson Education, New Jersey. Bob Sabran (penerjemah) 2007. Manajemen Pemasaran, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler Philip and Amstronng Gary, (2012). *Fundamentals Of Management. Edition 14*. New Jersey: Prentice Hall. Bob Sabran (penerjemah) 2014. **Dasar-Dasar Manajemen**, Edisi 14 Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Fajri, (2003). Jurnal Ilmiah Faktor Extra. Vol.1 No.2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstronng, Gary, (2014), *Principles of Marketing, Edition 15. New Jerse*: Prentice Hall. Bob Sabran (penerjemah), 2014. **Prinsip-Prinsip Pemasaran**, Edisi 15 Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009). *Marketing Management. Edition 13. New Jersey*: Prentice Hall. Bob Sabran (penerjemah) 2010. **Manajemen Pemasaran**. Edisi 13 Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2012). *Marketing Management. Edition 13*. New Jersey. Prentice Hall. London. Bob Sabran (penerjemah), 2013. **Manajemen Pemasaran**, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Lamb Charles W, Joseph F. Hair, Carl McDaniel. 2001. *Marketing Managenet. Edition 1. New Jersey: Prentice Hall*. Bob Sabran (penerjemah), 2003. Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta
- Levy & Weitz, 2001. *Retailing Management*, 4th edition. New York: Mc. Grawhill. Irwan (penerjemah), 2003. Manajemen Ritel, Erlangga, Jakarta.
- Mowen, Jhon C, and Minor, Michael. (2002), *Consumer Behavior*. Pearson Education. New York. Lina Salim (penerjemah), 2005. Perilaku Konsumen. Erlangga. Jakarta.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Consumer Behavior. 7th Edition*. Printice Hall, New York. Zoekifli Kasip (penerjemah). 2010. Perilaku Konsumen. Edisi Kedua, Jakarta: PT. Indeks Gramedia

- Simamora, Henry. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. STIE YKPN. Yogyakarta
- Sugiyono, 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif R & D*. Bandung: Alfabeta
- Swastha Basu Dharmmesta dan T. Hani Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran*, Swastha Basu dan Irawan, 2005, **Asas-asas Marketing**, Liberty, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Service, Quality, Satisfaction*. Jogjakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga*. Andi, Yogyakarta
- Utami Christina Widya. 2008. *Manajemen barang dagang dalam bisnis ritel*. Malang: Penerbit Bayumedia Publishing
- Wibowo, Lili dan Adi & Priansa, Donni Juni. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta

Jurnal:

- Andika Hermawan. (2014) **Analisis Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Online “Namira Outlet”**. Jurnal Universitas Diponegoro.
- Ashari, A. (2012) **Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Wanita di Group Blackberry Messenger Terhadap Harga Beli Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanudin**. Skripsi. Universitas Hasanudin, Makasar.
- Bangun Wibowo (2015) **Pengaruh Suasana Toko, Promosi Dan Lokasi Terhadap. Minat Beli Di Planet Distro Kota Banjarnegara**. Jurnal Universitar Negeri Yogyakarta.
- Henry (2018). **pengaruh suasana toko, promosi penjualan dan pelayanan terhadap minat beli konsumen. Studi kasus pada konsumen Toserba Griya Grand Cinunuk**.
- Julianti (2014). **pengaruh suasana toko terhadap minat beli konsumen pada Toserba Nusa Permai di Kecamatan Nusa Penida**.
- Meldarianda, Resti., Lisan, H.S (2010). **Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Café Atmosphere Bandung**, Vol 17 (2),

Hal 97-108.

Purwanto (2020). **Pengaruh kualitas pelayanan, harga, keberagaman produk, suasana toko dan lokasi terhadap minat beli konsumen.**

Wahyunita Nur (2016) **Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Ekspres Cabang Alauddin Makassar.** Jurnal Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Wibowo (2015). **Pengaruh suasana toko, promosi dan lokasi terhadap minat beli di Planet Distro di Kota Banjarnegara.**