

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat dibuat kesimpulan dari hasil penelitian ini yakni:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa, persepsi tentang Harga adalah Baik. Persepsi tentang Lokasi adalah baik, Persepsi tentang Minat Beli adalah baik. Persepsi tentang keputusan pembelian di Hypermart Lippo Plaza Kupang adalah baik.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Artinya jika harga semakin terjangkau, maka minat beli meningkat secara signifikan.
3. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Artinya jika lokasi semakin dekat dengan konsumen, maka minat beli meningkat secara signifikan.
4. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Artinya meskipun harga terjangkau, tetapi keputusan pembelian tidak meningkat secara signifikan.
5. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya jika lokasi semakin dekat dengan konsumen, maka keputusan pembelian akan meningkat secara signifikan.
6. Harga memediasi Minat beli berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Artinya jika harga terjangkau maka minat beli secara signifikan akan meningkatkan keputusan pembelian.

7. Lokasi memediasi Minat Beli berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Artinya jika lokasi dengan mudah dapat dijangkau oleh konsumen maka minat beli secara signifikan akan meningkatkan keputusan pembelian.
8. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa kemampuan variabel Harga dan Lokasi terhadap Minat Beli dalam penelitian ini adalah sebesar 83,9% dan kemampuan variabel Harga, Lokasi, dan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian adalah 70,4% .

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan serta kesimpulan, saran yang dapat diberikan kepada manajemen Hypermart Lippo Plaza Kupang guna penyempurnaan hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Pihak manajemen lebih memperhatikan masalah harga produk seperti minyak goreng 2L yang lebih mahal dibandingkan di Alfarmart depan RS Siloam, sehingga harga produk minyak goreng 2L yang ada di Hypermart Lippo Plaza Kupang bisa dijangkau oleh setiap masyarakat Kota Kupang dengan cara memberikan diskon ataupun promo.
2. Pihak manajemen lebih memperhatikan gerai sehingga dapat lebih mengoptimalkan jumlah kasir yang aktif pada saat tertentu, sehingga tidak terjadi antrian yang panjang pada lokasi kasir, serta penempatan katalog belanja lebih di permudah dilihat oleh pengunjung sehingga pengunjung dapat lebih mudah dalam mencari produk maupun barang yang diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Dharmmesta, dan Handoko, 2010. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPPFE.
- Dharmmesta, dan Handoko, 2011. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen* (Edisi Pertama ed.). BPFU UGM, Yogyakarta.
- Durianto dan Liana S, 2004, *Strategi Menaklukkan Pasar; Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Heizer, Jay and Render, Barry, 2015. *Operations Management*. 11th Edition, Prentice Hall, New York. Dwianoegrahwati (Penerjemah), 2017. *Manajemen Operasi*, Edisi 11, Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip, 2005. *Marketing Management*. 2nd Edition. Pearson Education, New Jersey. Bob Sabran (Penerjemah). 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 2, Jakarta : PT Indeks. Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip and Armstrong. 2008. *Principles Of Marketing*. 12th Edition, Pearson Education, New Jersey. Bob Sabran (Penerjemah). 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Keller. 2009. *Marketing Management*. 13th Edition. Pearson Education, New Jersey. Bob Sabran (Penerjemah). 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Keller. 2010. *Marketing Management*. 13th Edition. Pearson Education, New Jersey. Bob Sabran (Penerjemah). 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Armstrong. 2011. *Marketing An Introduction*. 10th Edition. Prentice Hall, New Jersey. Bob Sabran (Penerjemah). 2012. *Pengantar Pemasaran*. Edisi 10, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Armstrong. 2012. *Fundamentals Of Management*. 14th Edition, Pearson Education, New Jersey. Bob Sabran (Penerjemah), 2014. *Dasar Dasar Manajemen*. Edisi 14, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, and Keller, 2012. *Marketing Management*. 13th Edition, Pearson Education, New Jersey. Bob Sabran (Penerjemah). 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jakarta: Erlangga.

- Kotler, and Gary Amstrong. 2016. *Fundamentals Of Management*. 9th Edition, Pearson Education, New Jersey. Bob Sabran (Penerjemah), 2017. *Dasar Dasar Manajemen*. Edisi 9, Jakarta: Erlangga.
- Nugroho, 2013. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Kharisma Putra Utama.
- Pranoto, Bambang, 2008. *Jurnal Ilmiah Faktor Extra*. Vol.1 No.2. Jakarta: Erlangga.
- Sarjono, Bambang, 2013. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran*. Vol.9 No.3. Jakarta: Indeks
- Schiffman dan Kanuk, 2008. *Consumer Behavior*. 7th Edition. Printice Hall, New York. Zoekifli Kasip (Penerjemah). 2010. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Sugiyono, 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif R & D*. Bandung: AlfaBeta.
- Suyono, 2012. *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press. Jakarta.
- Swastha, Basu dan Sukotjo, Ibnu, 2007. *Pengantar Bisnis Modern edisi 3*. Liberty Yogyakarta. Yogyakarta.
- Tjiptono, Bambang 2008 .*Strategi Pemasaran, Edisi III*, Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset

Jurnal :

- Achmad, Ainul. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Aksesoris Di Pt. Eka Silver & Gold Jewelry Bg Junction Surabaya Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening”
- Anisa, Fiza Nur. 2021. “Pengaruh Atmosfir Toko, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Giant Ekspress Dinoyo)”
- Aptaguna, Angga. 2016. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek”
- Destarin, Fahra. 2020. “Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen 212 Mart Condet Batu Ampar”
- Khanifatul, Aisy. 2020. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Generasi Milenial Di Pasar Tradisional Sukodono”

- Khoiriatun, Nafila. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening”
- Kurniawan, Ryan. 2020. “Pengaruh Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Expresss Sukabumi (Studi Kasus konsumen Giant Expresss Sukabumi)”
- Nur, Wahyunita. 2020. “Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Ekspres Cabang Alauddin Makassar”
- Periady, Junaidi. 2020. “Pengaruh Strategi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Kain Sasirangan Bordir”
- Septianto, Ganang. 2018. “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Hypermart Paragon Semarang”
- Tobing, Fitri. 2016). ”Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Carrefour Citra Garden Medan)”.