

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis dan evaluasi data yang telah dilakukan terhadap variabel – variabel dalam penelitian ini, maka dapat diambil beberapa kesimpulan dan saran sebagai berikut :

5.1 Simpulan

Sesuai dengan uraian–uraian di atas serta hasil analisis dan interpretasi data yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

- 1) Secara simultan/serempak Promosi dan Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Gerai Alfamidi.
- 2) Secara parsial Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Gerai Alfamidi.
- 3) Secara parsial Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Gerai Alfamidi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, peneliti dapat memberikan beberapa saran, sebagai berikut.

- 1) Pada variabel Promosi terbukti berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Pernyataan “Pengalaman berbelanja di Alfamidi sangat menyenangkan” memperoleh skor 4,38 (Sangat Setuju), sehingga hal ini perlu dipertahankan. Sementara pernyataan “Saya cenderung membeli produk saat promosi meskipun bukan kebutuhan utama” mendapat skor 4,27 (Setuju), yang berarti promosi perlu terus ditingkatkan agar lebih efektif dan bernilai bagi konsumen.

Pernyataan dengan nilai terendah, yaitu “Pegawai memahami kebutuhan dan menawarkan solusi” (skor 4,04), menunjukkan perlunya peningkatan pelayanan personal. Saran untuk pimpinan Alfamidi, promosi sebaiknya dibuat

lebih inovatif dan interaktif, serta pegawai perlu dilatih agar lebih komunikatif dan mampu menjelaskan promo dengan baik, guna meningkatkan loyalitas pelanggan.

- 2) Pada variabel Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Pernyataan “Lokasi Alfamidi mudah dijangkau” memperoleh skor 4,46 (Sangat Setuju), sehingga hal ini perlu dipertahankan. Pernyataan “Lokasi strategis untuk menarik pelanggan” (skor 4,30) perlu lebih diperhatikan dengan memperluas gerai di area potensial.

Sementara itu, pernyataan “Signage jelas dan mudah dibaca” mendapat skor 4,22, maka perlu ditingkatkan dengan pencahayaan atau papan informasi digital. Saran untuk pimpinan Alfamidi, pastikan lokasi toko tetap strategis, mudah diakses, dan didukung fasilitas seperti parkir serta lingkungan yang bersih.

- 3) Pada variabel Keputusan Pembelian, konsumen Alfamidi cenderung dipengaruhi oleh kenyamanan dan kemudahan berbelanja. Pernyataan “Tersedia berbagai metode pembayaran” mendapat skor 4,46 (Sangat Setuju), sehingga perlu dipertahankan. Pernyataan “Jumlah pembelian meningkat saat ada promo” (skor 4,36) menunjukkan pentingnya meningkatkan efektivitas promosi.

Pernyataan “Tersedia merek-merek favorit” (skor 4,24) perlu lebih diperhatikan, khususnya dalam menjaga ketersediaan produk populer. Saran untuk pimpinan Alfamidi, pastikan kualitas dan stok produk tetap konsisten serta maksimalkan layanan berbasis teknologi agar pengalaman belanja makin nyaman dan efisien.