

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Minang Mart di Kota Padang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor 1 diberi nama harga yang terbentuk dari 5 item.
2. Faktor 2 diberi nama transportasi yang terbentuk dari 3 item.
3. Faktor 3 diberi nama kesopnanan dan keramahan karyawan yang terbentuk dari 3 item.
4. Faktor 4 diberi nama fasilitas yang terbentuk dari 4 item.
5. Faktor 5 diberi nama kecepatan pelayanan yang terbentuk dari 1 item.
6. Faktor 6 diberi nama area parkir yang terbentuk dari 1 item.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Sampel dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang bekerja sebagai TNI/Polri. Hal ini disebabkan oleh peneliti lebih didominan melakukan penyebaran kuesioner di Minang Mart yang ada di Siteba. Hal ini disebabkan oleh penyebaran kuesioner dilakukan di masa PSSB sehingga secara empiris belum menggambarkan populasi yang sesungguhnya.
2. Penelitian ini belum menggunakan seluruh konsumen sebagai responden dikarenakan peneliti tidak mengetahui jumlah populasi sebenarnya dari konsumen Minang Mart.

5.3 Saran

Beberapa saran yang dapt diajukan adalah sebagai berikut:

1. Disarankan kepada pihak pengelola Minang Mart untuk lebih memperhatikan penetapan harga , transportasi menuju Minang Mart, kesopanan dan keramahan karyawan, fasilitas yang dimiliki oleh Minang Mart, kecepatan karyawan dalam melayani dan area parkir. Hal tersebut menjadi faktor-faktor yang menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk berbelanja ke Minang Mart di Kota Padang. Bila 6 faktor tersebut dapat dipenuhi maka konsumen merasa nyaman untuk berbelanja di Minang Mart dan penjualan akan meningkat
2. Peneliti yang akan datang disarankan agar menambahkan sampel atau konsumen yang berbelanja di Minang Mart Kota Padang sebagai responden penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih baik.