

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian pengaruh bauran ritel terhadap keputusan pembelian pada swalayan Rajawali Pare Kediri Kediri adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis dan intepretasi dapat disimpulkan bahwa bauran ritel yang meliputi produk, presentasi (atmosfer toko), harga, promosi, lokasi, dan layanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di swalayan Rajawali Pare Kediri.
2. Berdasarkan hasil analisis dan intepretai dapat disimpulkan bahwa bauran ritel yang meliputi produk, promosi, lokasi, dan layanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di swalayan Rajawali. Sedangkan bauran ritel yang meliputi presentasi (atmosfer toko) dan harga, tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di swalayan Rajawali Pare Kediri.
3. Berdasarkan perhitungan kontribusi masing-masing variabel bebas yang diuji terhadap variabel terikat bahwa bauran ritel yang meliputi produk, presentasi (atmosfer toko), harga, promosi, lokasi, dan layanan yang paling dominan adalah variabel promosi (X4) dengan kontribusi sebesar 20,79%. Dalam hal promosi terdiri dari pemasaran, penjualan, dan iklan dimana pada setiap item tersebut benar-benar dilaksanakan dengan baik oleh pihak

swalayan Rajawali Pare Kediri. Pada item pemasaran, pihak swalayan melakukan strategi pemasaran dengan menentukan siapa target pasar, kemudian cara untuk memenuhi kebutuhan konsumen, dan pencapaian *profit* yang maksimal. Sedangkan variabel bebas yang paling tidak dominan adalah variabel layanan (X6) dengan kontribusi sebesar 8,47%, hal ini berarti bahwa variabel layanan tidak begitu berkontribusi untuk mendapatkan konsumen yang banyak, atau dalam artian lain konsumen tidak merasa nyaman, aman dan senang dengan layanan yang diberikan oleh pelayan swalayan Rajawali Pare Kediri.

#### 5.2 Saran

1. Sehubungan dengan bauran ritel yang di jalankan swalayan Rajawali Pare Kediri selama ini, maka penelitian yang berhubungan dengan perilaku konsumen khususnya mengenai pengaruh bauran ritel terhadap keputusan pembelian sekiranya dapat dijadikan acuan dalam mengambil kebijakan toko swalayan.
2. Bauran ritel yang selama ini dinilai positif oleh konsumen seperti produk, presentasi (atmosfer toko), harga, promosi, lokasi, dan layanan harus selalu ditingkatkan untuk lebih mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Sedangkan item bauran ritel yang kurang mampu mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan pembelian pada swalayan Rajawali Pare Kediri seperti: produk yang unik, suasana toko yang nyaman, harga yang mahal, penjualan dan iklan, lokasi yang terletak di pusat perbelanjaan, dan

pelayanan yang ramah harus lebih ditingkatkan untuk lebih mempengaruhi keputusan pembelian.

