

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data atas variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Minimarket Haura Banjarmasin, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada Minimarket Haura Banjarmasin. Sedangkan variabel keragaman produk dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada Minimarket Haura Banjarmasin.
2. Variabel lokasi, keragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Minimarket Haura Banjarmasin.

#### **B. Saran-saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan peneliti, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi Minimarket Haura Banjarmasin untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen serta dapat menjadi tambahan referensi bagi peneliti selanjutnya:

1. Hasil penelitian yang menunjukkan keragaman produk dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, maka diharapkan Minimarket Haura dapat mempertahankan

dan lebih meningkatkan lagi hal-hal yang berhubungan dengan variabel tersebut sehingga dapat mempertahankan konsumen yang ada.

2. Diharapkan dari variabel lokasi yang tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dapat menjadi bahan evaluasi Minimarket Haura agar lebih memperhatikan hal yang berkaitan dengan variabel tersebut. Misalnya dengan memberi pelang petunjuk, memperbaiki spanduk, atau sebagainya yang dapat menunjukkan keberadaan Minimarket Haura sehingga dapat menarik perhatian konsumen terlebih lagi para konsumen baru.
3. Untuk peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian sejenis mengenai keputusan pembelian diharapkan dapat mencari variabel lainnya yang tidak termuat dalam penelitian ini yakni selain variabel lokasi, keragaman produk dan kualitas pelayanan seperti variabel harga, promosi, *store atmosphere* dan lain sebagainya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Minimarket Haura Banjarmasin sehingga mendapatkan hasil penelitian yang lebih mendalam serta lebih baik lagi dan dapat dijadikan referensi atau informasi tambahan bagi peneliti selanjutnya.