

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil olah data dan pengujian hipotesis yang telah penulis lakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variasi produk memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen pada Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung. Besarnya pengaruh antara variabel Variasi Produk (X) terhadap variabel Minat Beli Konsumen (Y) pada Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung adalah kecil yaitu sebesar 9,7%, dan sisanya sebesar 90,3% minat beli konsumen pada Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Meskipun pengaruh yang diberikan kecil tetapi signifikan, sehingga hipotesis alternatif (H_a) diterima.

Adapun saat penulis melakukan pengamatan langsung di lapangan, penulis mendapati bahwa sebagian besar konsumen tidak menjadikan Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung sebagai target utama tempat mereka berbelanja untuk memenuhi kebutuhan mereka. Konsumen yang datang berbelanja ke Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung karena mereka tidak menemukan produk yang mereka cari di toko lain. Selain itu, ada juga konsumen yang datang berbelanja ke Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung, karena mereka senang dengan cara pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, variasi produk tidak begitu efektif dalam meningkatkan minat beli konsumen

pada Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung, namun tetap memiliki pengaruh.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah didapatkan dari hasil observasi, hasil olah data, dan pengujian hipotesis mengenai pengaruh variasi produk terhadap minat beli konsumen pada Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung, maka terdapat beberapa saran yang dapat penulis sampaikan, yaitu sebagai berikut.

1. Saran Bagi Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung

- a. Dari segi variasi produk, sebaiknya pemilik dapat meningkatkan ketersediaan ukuran produk, menambah variasi merek produk, kelengkapan produknya ditingkatkan dengan menambah jenis kategori produk. Karena meskipun variasi produk memiliki pengaruh kecil, namun variasi produk tetaplah mempunyai pengaruh yang signifikan.
- b. Dari segi minat beli konsumen, sebaiknya kepercayaan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan kualitas produk yang sudah bagus harus tetap dipertahankan, karena ini merupakan keunggulan yang sudah dicapai oleh Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung. Dengan demikian, Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung dapat mempertahankan pelanggan tetapnya dan juga dapat menarik lagi konsumen-konsumen baru agar selalu berbelanja di tempatnya. Apalagi konsumen-konsumen yang sudah pernah berbelanja di Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung bersedia untuk merekomendasikan Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung kepada

orang lain agar mereka ikut berbelanja di Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung.

2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti berharap agar dapat melakukan pengujian lebih lanjut mengenai pengaruh variasi produk terhadap minat beli konsumen pada objek yang berbeda. Dan juga menggunakan kembali indikator yang ada dalam penelitian ini, karena ada dua indikator yang mendapat hasil rendah, seperti indikator ukuran produk pada variabel Variasi Produk memiliki nilai rata-rata sebesar 3,89 dan indikator minat eksploratif pada variabel Minat Beli Konsumen memiliki nilai rata-rata sebesar 3,84 sehingga dapat dilihat bagaimana perbandingannya.
- b. Bagi peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan variabel lain yang mungkin dapat berpengaruh pada minat beli konsumen, seperti aspek psikologis, harga, kualitas produk, lokasi, promosi, dan lain-lain. Peneliti selanjutnya juga bisa menggunakan metode penelitian yang lebih beragam, seperti metode kualitatif atau *mixed methods*, agar diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai minat beli konsumen dan preferensi mereka terhadap variasi produk. Sehingga, penelitian ini dapat menjadi bahan acuan dalam membuat keputusan strategi variasi produk dalam bisnis ritel skala kecil dan menengah, serta dapat berguna sebagai referensi untuk pengembangan studi pemasaran ritel, terutama untuk UMKM.