

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini dengan tujuan menjawab tujuan penelitian. Selain itu, bab ini juga dipaparkan mengenai saran yang diberikan kepada Toko Sukajadi dan penelitian selanjutnya.

V.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang ditarik berdasarkan tujuan penelitian pada bab satu dan pengolahan data yang telah dibuat pada bab tiga. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut.

1. Variabel yang mempengaruhi niat beli konsumen dalam membeli produk mebel di toko mebel yaitu produk, harga, tempat, promosi, dan orang.
2. Dalam menilai persepsi konsumen Karawang mengenai Toko Sukajadi dilakukan dengan melakukan perhitungan rata-rata penilaian terhadap Toko Sukajadi. Hasil rata-rata dari kuesioner variabel dependen (niat beli konsumen) menghasilkan nilai sebesar 2,65. Nilai tersebut menggambarkan bahwa niat pembelian di Toko Sukajadi masih dibawah kata sangat setuju. Selain itu, dilakukan perhitungan hasil rata-rata untuk variabel independen yang diduga mempengaruhi variabel dependen. Hasil rata-rata dari kuesioner untuk variabel promosi menghasilkan nilai rata-rata paling kecil yaitu 2,22, diikuti dengan rata-rata variabel harga sebesar 2,25, rata-rata variabel produk sebesar 2,34, rata-rata variabel tempat sebesar 2,65, serta rata-rata variabel orang 2,77. Hasil rata-rata tersebut menggambarkan variabel tersebut masih dibawah kata sangat setuju sehingga diberikan usulan perbaikan karena mempengaruhi niat pembelian konsumen produk mebel di Toko Sukajadi.
3. Usulan perbaikan yang dapat diterapkan oleh Toko Sukajadi untuk meningkatkan penjualan produk mebel dilihat berdasarkan variabel yang

berpengaruh secara signifikan. Usulan perbaikan Toko Sukajadi dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Membuat form Pengecekan Produk
- b. Membuat form Pembersihan Produk Mebel
- c. Menyediakan produk mebel yang memiliki iklan TV
- d. Memberikan jaminan produk dengan membawa kwitansi pembelian di Toko Sukajadi
- e. Menyediakan produk mebel yang dengan warna cerah
- f. Menyediakan produk mebel yang dengan motif karakter kartun
- g. Membuat form Pemeriksaan Ketersediaan Produk
- h. Memberi potongan harga dengan mengurangi presentase keuntungan penjualan produk
- i. Menyediakan pembayaran dengan mesin EDC BCA
- j. Pembayaran dapat dilakukan secara kredit menggunakan kartu kredit BCA atau Adira *finance*
- k. Memberikan potongan harga dengan minimal transaksi yang telah ditentukan oleh pemilik Toko Sukajadi
- l. Memberikan bonus secara langsung ketika membeli produk tertentu
- m. Membuat kartu *reward* Toko Sukajadi
- n. Membuat media sosial untuk meng-*upload* produk mebel
- o. Kebijakan pembayaran DP dan sisanya pembayaran di rumah atau di transfer ke pemilik toko
- p. Menetapkan aturan 5S ketika melayani konsumen di Toko Sukajadi
- q. Training pelayan toko mengenai spesifikasi produk

V.2 Saran

Saran yang diberikan kepada pemilik Toko Sukajadi dan penelitian selanjutnya. Saran yang diberikan peneliti sebagai berikut.

1. Pemilik Toko Sukajadi dapat menggunakan hasil penelitian sebagai pertimbangan untuk melakukan perbaikan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah konsumen yang memilih dan membeli produk mebel di Toko Sukajadi.
2. Usulan perbaikan Toko Sukajadi sebaiknya diimplementasikan, kemudian dilakukan evaluasi

3. Usulan perbaikan Toko Sukajadi sebaiknya memperhitungkan estimasi biaya untuk melakukan implementasi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin KPR. (2016). Daftar Perumahan Subsidi Murah di Karawang [Online]
Diakses dari: <http://kprperumahan.com/daftar-perumahan-subsidi-murah-di-karawang/> [24 Januari 2018]
- Arafuru.(2017). 5 Cara Mengetahui Kualitas Kayu Jati. [Online] Diakses dari:
<http://arafuru.com/furnitur/5-cara-mengetahui-kualitas-kayu-jati.html>
[31 Mei 2018]
- Ardiyanto, W.(2017). Ingin Mood Bagus Terus? Gunakan Warna Cerah! [Online]
Diakses dari: <https://www.rumah.com/berita-properti/2017/3/147674/ingin-mood-bagus-terus-gunakan-warna-cerah> [31 Mei 2018]
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang. (2016). Hasil Pendaftaran (Listing) Usaha/Perusahaan Sensus Ekonomi 2016 Di Kabupaten Karawang [Online] Diakses dari: <https://karawangkab.bps.go.id/pressrelease/2017/10/11/114/hasil-pendaftaran--listing--usaha-perusahaan-sensus-ekonomi-2016-di-kabupaten-karawang.html> [24 Januari 2018]
- Bank Central Asia (BCA). Syarat & Cara Pengajuan Menjadi Merchant BCA [Online] Diakses dari: <https://www.bca.co.id/id/bisnis/produk-dan-layanan/e-banking/layanan-merchant> [31 Mei 2018]
- Djumena, E. (2012). IKEA Masuk, Persaingan Pasar Mebel Semakin Sengit [Online] Diakses dari:
[https://ekonomi.kompas.com/read/2012/03/29/08003136/IKEA.Masuk..P
ersaingan.Pasar.Mebel.Makin.Sengit](https://ekonomi.kompas.com/read/2012/03/29/08003136/IKEA.Masuk..Persaingan.Pasar.Mebel.Makin.Sengit) [24 Januari 2018]
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., & Miniard, P.W. (1995). *Consumer Behavior, Eight Edition*. Orlando: The Dryden Press.
- Fajrina, H.N.(2015). Usia Tentukan Pilihan Media Sosial [Online] Diakses dari:
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150330123638-185-42923/usia-tentukan-pilihan-media-sosial> [5 Juni 2018]
- Ghozali, H.I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Govinda, L.(2016). Karawang Sebagai Kota Industri Terbesar di Indonesia [Online] Diakses dari:
<https://www.kompasiana.com/leonardusgovinda/5722fbd32>

6b0bd9506ea06db/karawang-sebagai-kota-industri-terbesar-di-indonesia [5 Juni 2018]

- Hariadi, D., Martoatmodjo, S.. (2012). "Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Projector Microvision" Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol.1 No.8. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia
- Herlita. E. (2017). Memahami Pengertian Omset, Profit, dan Margin Dalam Bisnis [Online] Diakses dari <http://www.pojokbisnis.com/keuangan/memahami-pengertian-omset-profit-dan-margin-dalam-bisnis> [24 Januari 2018]
- Husein, U. (2015). Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Irawan, D., Sunarto, A., Aprilia, A., Jokom, R. (2015). "Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di Restoran Ikan Bakar Cianjur Surabaya" Jurnal Manajemen Pemasaran Petra
- Jahja. Y.(2011). Psikologi Perkembangan. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Julianto. P.A. (2017). Industri mebel perlu terus berinovasi mengikuti selera konsumen [Online] Diakses dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/03/12/140000026/industri.mebel.perlu.terus.berinovasi.mengikuti.selera.konsumen> [24 Januari 2018]
- Kartono, S. (2007). 5 Jurus Sukses Berbisnis Retail di Modern Market. Jakarta : TransMedia Pustaka.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Pengertian Mebel [Online] Diakses dari: <https://kbbi.web.id/mebel> [24 Januari 2018]
- Lin & Lu. (2010). "*The influence of corporate image, relationship marketing, and trust on purchase intention: the moderating effects of word-of-mouth.*" Diunduh dari <https://www.Emeraldinsight.com/>
- Karawang 123. (2015). 170 Daftar & Alamat Toko di Jalan Tuparev Karawang [Online] Diakses dari <http://karawang123.com/belanja/daftar-alamat-toko-jalan-tuparev-karawang> [24 Januari 2018]
- Kementrian Perindustrian Indonesia.(2016). Industri Mebel Tumbuh 7 Persen [Online] Diakses dari: <http://www.kemenperin.go.id/artikel/5799/industri-mebel-tumbuh-7-persen/> [5 Juni 2018]
- Kotler, P. (1994). *Marketing management: Analysis, Planing, Implementation, Control*. Ed. 8. New Jersey: Prentice Hall, Inc.

- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Milenium. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management*. Inggris: Pearson Education
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R*. Jakarta: Kencana
- Nguyen, N., Phan, T.T.H, Vu, P.A. (2015). "The Impact of Marketing Mix Elements on Food Buying Behavior: A Study of Supermarket Consumers in Vietnam." *International Journal of Business and Management*, Vol. 10, No. 10; 2015. Diunduh dari <https://www.researchgate.com/>
- Prabowo, R.C.(2013). Manfaat Media Online/Media Baru (New Media) dalam Era Modernisasi dan Digitalisasi. [Online] Diakses dari: https://www.kompasiana.com/www.radencahyoprabowo.blogspot.com/manfaat-media-online-media-baru-new-media-dalam-era-modernisasi-dan-digitalisasi_552e25236ea834130c8b456b [3 Juni 2018]
- Rianto, S.(2017). Ini Bank yang Meraih Penghargaan Bank Indonesia 2017. [Online] Diakses dari: <http://finansial.bisnis.com/read/20170718/90/672425/ini-bank-yang-meraih-penghargaan-bank-indonesia-2017> [31 Mei 2018]
- Santoso, S. (2017). *Statistik Multivariat dengan SPSS*. Jakarta : Gramedia
- Sekaran, U. (2000). *Research Methods For Business* (3rd ed). United States: John Willey & Sons, Inc
- Setiadi, N.J. (2003). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Simamora, B. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Susilawati, D.(2014). Anak Idolakan Tokoh Kartun? Ini Dampak Positifnya. [Online] Diakses dari: <http://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/parenting/14/12/09/ngax67-anak-idolakan-tokoh-kartun-ini-dampak-positifnya> [31 Mei 2018]
- Solomon, M. (2013). *Consumer Behavior. Buying, Having, Being*. New Jersey, United States of America: Prentice Hall.s
- Sugiyono (2007). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, cv

Peter, J.P., & Olson, J.C. (1999). Customer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Edisi Empat : Alih Bahasa, Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga

Tunardy, W.(2016). Pengertian Konsumen serta Hak dan Kewajiban Konsumen. [Online] Diakses dari: <http://www.jurnalhukum.com/pengertian-konsumen/> [27 Juni 2018]

Undang Undang Republik Indonesia. (1999). Perlindungan Konsumen. Jakarta: Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia