

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai harga jual produk dan *retail service quality* terhadap keputusan pembelian konsumen pada minimarket Alfamart Raya Wates SAT L 178 tahun 2010, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh harga jual terhadap keputusan konsumen pada minimarket Alfamart Raya Wates SAT L 178 tahun 2010. Dengan kata lain, jika harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan sesuai atau tepat bagi konsumen maka konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut. Harga jual produk sangat penting untuk menentukan pangsa pasar dan tingkat keuntungan perusahaan. Harga yang ditetapkan suatu badan usaha harus diperhitungkan secara teliti, agar penerapannya tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah sesuai dengan harga pasar. Hal ini mempunyai dampak bagi kelangsungan hidup perusahaan secara keseluruhan terutama untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
2. Ada pengaruh *retail service quality* terhadap keputusan pembelian konsumen pada minimarket Alfamart Raya Wates SAT L 178 tahun 2010. Dengan kata lain, jika perusahaan memiliki *retail service quality* yang baik

maka dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Ini berarti perusahaan harus dapat mengendalikan kinerja pelayanannya agar sesuai dengan harapan konsumen. Apabila pelayanan yang diterima atau yang dirasakan oleh konsumen baik fasilitas yang disediakan maupun kemampuan karyawan dalam memenuhi kebutuhan konsumen cukup memuaskan maka dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian dan menjadi pelanggan yang setia. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka secara otomatis telah memberikan nilai yang buruk bagi konsumen.

3. Ada pengaruh harga jual dan *retail service quality* terhadap keputusan pembelian konsumen pada minimarket Alfamart SAT L 178 tahun 2010. Dengan kata lain, jika perusahaan dalam menetapkan harga jual tepat dan sesuai bagi konsumen dan selalu meningkatkan *retail service quality* maka dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pun akan meningkat dan terjaga. Setiap perusahaan harus teliti dalam menentukan harga jual serta *retail service quality*, dikarenakan konsumen pun menghendaki untuk membeli produk yang memiliki harga jual yang terjangkau serta kualitas pelayanan yang baik, hal ini perlu dilakukan sebuah perusahaan untuk kelangsungan hidup dari perusahaan itu sendiri.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian tentang harga jual produk dan *retail service quality* terhadap keputusan pembelian konsumen pada minimarket Alfamart Raya Wates SAT L 178 tahun 2010, maka penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut.

1. Perusahaan PT Sumber Alfaria Trijaya hendaknya menetapkan harga jual yang terjangkau oleh konsumen tidak terlalu tinggi dan sesuai dengan harga pasar
2. Karyawan minimarket Alfamart sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan dengan selalu siap sedia membantu dan melayani konsumen, memiliki pengetahuan tentang produk yang dijual, memperbaiki penampilan, lebih cepat dalam melayani transaksi pembayaran dan bersikap lebih ramah kepada setiap konsumen yang datang sehingga konsumen merasa puas dan memutuskan untuk membeli kembali di minimarket Alfamart.
3. PT. Sumber Alfaria Trijaya sebagai perusahaan yang bergerak dalam bisnis *retail* hendaknya untuk menyempurnakan bauran pemasaran eceran yang terdiri dari 6 atribut yaitu lokasi, merchandise, price, periklanan dan promosi, atmosfer dalam gerai dan *retail service* untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.