

B A B V

K E S I M P U L A N D A N S A R A N

5.1 K e s i m p u l a n

Kesimpulan dari penelitian tentang “Pengaruh *Point-Of-Purchase* Terhadap Proses Keputusan Konsumen Dalam Berbelanja Di Karsa Utama Mall” adalah:

1. Pelaksanaan *point-of-purchase* oleh Karsa Utama Mall meliputi *shelf display, store sign and decoration, rack display* dan *theme-setting display*.
Dari keempat alat yang digunakan dalam melakukan kegiatan *point-of-purchase* sudah mampu diimplementasikan dengan baik oleh pihak Karsa Utama Mall. Hal tersebut dapat dibuktikan berdasarkan jawaban yang diperoleh dari responden, dapat ketahui bahwa secara keseluruhan *point-of-purchase* di Karsa Utama Mall adalah baik dalam menawarkan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh kebutuhan sehari-hari.
2. Proses keputusan konsumen dalam berbelanja di Karsa Utama Mall dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis melalui pembagian kuesioner telah dinilai baik, hal ini dapat dilihat dari tanggapan responden yang disebarkan melalui pembagian kuesioner, mayoritas responden memberikan tanggapan yang positif. Hal ini disebabkan oleh kemenarikan dan kemudahan dalam hal *point-of-purchase*.

3. Melalui uji hipotesis menggunakan uji t, dapat diketahui bahwa hipotesis yang penulis ajukan dapat diterima karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan berdasarkan kriteria uji t, dapat dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima, maka berdasarkan pada hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa dengan tingkat signifikansi 5% terdapat pengaruh dari *point-of-purchase* terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja di Karsa Utama Mall.

5.2 Saran

Setelah dilakukannya penelitian di Karsa Utama Mall mengenai *point-of-purchase* terhadap proses keputusan konsumen dalam berbelanja. Berikut ini ada beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk kearah peningkatan kinerja perusahaan dan kemajuan perusahaan, yaitu :

1. *Rack display* : dalam hal *rack display* pihak Karsa Utama Mall hendaknya lebih meningkatkan daya tarik dalam hal desain bentuk *rack display* agar lebih membedakan dengan bentuk desain *rack display* pada toko yang lain, Diharapkan perbaikan-perbaikan tersebut dapat meningkatkan penilaian konsumen yang akhirnya dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
2. *Store sign and decoration* : dalam hal *store sign and decoration* hendaknya pihak Karsa Utama Mall menambah tanda petunjuk lokasi barang agar para konsumen tidak sulit mencari barang yang diperlukan oleh konsumen, sehingga mereka tidak berkeliling di dalam toko untuk mencari tahu dimana sebenarnya letak barang yang mereka butuhkan.

3. Guna menghadapi persaingan dalam bisnis ritel, hendaknya Karsa Utama Mall mengoptimalkan strategi penjualan berupa promosi-promosi salah satunya melalui periklanan. Dengan periklanan diharapkan masyarakat mengetahui akan keberadaan Karsa Utama Mall, baik dari tempatnya atau dari produk-produknya.