

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat dikemukakan simpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial Promosi (*Promotion*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli konsumen (*Interest in Buying Consumer*) pada pelanggan Indomaret di Kota Gorontalo sebesar 18,3%. Makna dari koefisien positif menunjukkan bahwa semakin intens promosi yang dilakukan maka Minat beli konsumen (*Interest in Buying Consumer*) akan mengalami peningkatan
2. Secara parsial Pemilihan lokasi (*Place*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli konsumen (*Interest in Buying Consumer*) pada pelanggan Indomaret di Kota Gorontalo sebesar 13,9%. Makna dari koefisien positif menunjukkan bahwa semakin strategis lokasi yang dipilih oleh Indomaret di Kota Gorontalo maka Minat beli konsumen (*Interest in Buying Consumer*) akan semakin tinggi
3. Secara simultan Promosi (*Promotion*) dan Pemilihan lokasi (*Place*) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli konsumen (*Interest in Buying Consumer*) pada pelanggan Indomaret di Kota Gorontalo. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,322. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 32,2% variabilitas Minat beli konsumen (*Interest in Buying Consumer*) pada pelanggan

Indomaret di Kota Gorontalo dapat dijelaskan oleh Promosi (*Promotion*) dan Pemilihan lokasi (*Place*), sedangkan sisanya sebesar 68,8% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti harga, kualitas produk yang dijual serta kualitas pelayanan

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya Indomaret di Kota Gorontalo harus lebih terbuka dalam memberikan informasi “syarat dan ketentuan” yang ada dalam setiap promosi yang dilakukan karena apabila ada promosi yang menarik namun tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen atau pelanggan akan membuat konsumen menjadi tidak puas dan menurunkan minat belinya.
2. Sebaiknya Indomaret di Kota Gorontalo terus berbenah terutama mengembangkan lay out eksternal dari lokasi agar lebih menarik bagi konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain berupa unsur-unsur bauran pemasaran lainnya yang berpotensi dalam mempengaruhi minat beli konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, Muhammad Ari, Rudy Aryanto, Harly Toindo, & Shirley Agusthina. 2013. *Peran Minat Pembelian Konsumen Sebagai Mediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Kue*. Jurnal Binus Business Review 4 (1): 349 – 359.
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa* Bandung: Alfabeta.
- Amanah, Dita & Stephany P. Pelawi. 2015. *Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulsive Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair*. Jurnal Quanomic, III (02), Hal: 10 – 18.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arista, E. Desi & Sri Rahayu Tri Astuti. 2011. *Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen*. Jurnal Ilmu Ekonomi, 13 (1): 37 - 45.
- Assauri, Sofyan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Dewi, Reni Shinta. 2016. *Analisis Kepuasan Konsumen Pada Pedagang Kaki Lima di Kawasan Simpang Lima Semarang*. Jurnal Administrasi Bisnis, 5 (1), Hal: 13 – 23.
- Eriyanto. 2007. *Tekni sampling analisis opening publik*, LKIS, Yogyakarta
- Ferdinand, Augusty, 2006, *Metode Penelitian Manajemen. Pedoman penelitian untuk penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertai ilmu manajemen*. Semarang. Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Harahap, Dedy Ansari. 2015. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (Pajus) Medan*. Jurnal Keuangan dan Bisnis, 7(3), Hal 227 -242.
- Hermawan, Haris. 2015. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen dalam Pembelian Roti Ceria di Jember*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, 1 (2): 143-161.

- Hidayat, Asep Taufik, Funny Mustikasari Elita, & Agus Setiawan. 2012. *Hubungan Antara Atribut Produk Dengan Minat Beli Konsumen*. Jurnal Komunikasi, 1 (1): 1 - 14.
- Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management* 16 edition. New Jersey: Pearson
- Kurriwati, Nirma. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen*. Jurnal Eco-Entrepreneur, 1(1), Hal: 48 – 55, <http://journal.trunojoyo.ac.id/eco-entrepreneur/article/view/994/893>, diakses pada tanggal 16 Juni 2018.
- Lamb, Charles W, Joseph F. Hair, & Carl Mc Daniel. 2001a. *Pemasaran, Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. 2001b. *Pemasaran, Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lestari, Sinta Petri. 2015. *Hubungan Komunikasi Pemasaran dan Promosi dengan Keputusan Memilih Jasa Layanan Kesehatan (Studi Pada Rumah Sakit Islam Lumajang)*. Jurnal Interaksi, 4 (2), Hal: 139 – 147.
- Lupiyoadi, Rambat. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat
- Ma'ruf, Ali. 2017. *Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Study Kasus di Toko Kripik Sawangan No 1 Purwokerto)*. Skripsi, Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
- Mardalis, Ahmad. 2005. *Meraih Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Benefit, 9 (2): 111 - 119.
- Mevita, Afrida Shela dan Heru Suprihadi. 2013. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen, 2 (9): 1 - 18.
- Munadi, Chairul & Mariaty Ibrahim. 2017. *Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Minat Konsumen Membeli Perumahan (Pada Perumahan Arengka Resident Pekanbaru)*. Jurnal JOM FISIP 4 (1): 1 – 9.
- Muniroh, Leny. 2012. *Pengaruh Saluran Distribusi Produk Teh Botol Sosro Terhadap Pencapaian Target Penjualan pada PT. Sinar Sosro Kantor Penjualan Cibinong*. Jurnal Ilmiah Inovator, 1 (2), Hal: 27 – 43.

- Nooraina, Apsari Ayu. 2016. *Penerapan Bauran Pemasaran Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Bonchon Jogja City Mall*. Skripsi, Program Studi Pendidikan Teknik Boga Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta.
- Normasari, Selvy, Srikandi Kumadji & Andriani Kusumawati. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 6 (2), Hal: 1 – 8.
- Nulufi, K., & Murwatiningsih. 2015. *Minat Beli sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan*. Semarang: Universitas Negeri Semarang. Management Analysis Journal, 4 (2): 129–141.
- Nurbiyanto, Bayu, Suharyono dan Srikandi Kumadji. 2013. *Pengaruh Bauran Ritel (Retailing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Griya Batik MX Mall Malang)*. Jurnal, tidak diterbitkan. <https://media.neliti.com/media/publications/73023-ID-pengaruh-bauran-ritel-retailing-mix-terh.pdf>, Diakses pada Tanggal 28 Juni 2018.
- Puspitasari, Fitria & Suryono Budi Santoso. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Inti Dan Kualitas Layanan Peripheral Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Undip Semarang)*. Jurnal Studi Manajemen & Organisasi, 10 (2), Hal. 152 – 159.
- Rahman, Endi. 2017. *Faktor-Faktor Kualitas Jasa Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Berobat Pasien Rawat Inap di RSUD Prof. Dr. Aloi Saboe Kota Gorontalo*. Jurnal Oikos_Nomos, Kajian Ekonomi dan Bisnis, 10 (2): 88-100.
- Rahman, Endi. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk Listrik Prabayar Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Pln (Persero) Area Gorontalo Rayon Telaga*. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis. 1 (2): 268-281
- Rangkuti, Fredy. 2002. *Riset Pemasaran*. Kaj: PT. Gramedia.
- Reshita, Riries Mia. 2015. *Pengaruh Promosi, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank BNI di Sidoarjo*. Artikel Ilmiah. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

- Rizky, M. F., & Yasin, H. 2014. *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan*. Jurnal Manajemen & Bisnis, 14 (02), Hal: 135 – 143.
- Samuel, Hatane. 2006. *Ekspektasi Pelanggan dan Aplikasi Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Toko Modern Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 1 (2): 53 - 64.
- Samuel, Hatane & Foedjiawati. 2005. *Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Kesetiaan Merek (Studi Kasus Restoran The Prime Steak & Ribs Surabaya)*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 7 (1): 74 – 82.
- Santoso, Singgih. 2012. Analisis SPSS pada Statistik Parametrik. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Saputra, Hendra. 2017. *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Minat Konsumen*. Jurnal JOM FISIP 4 (1): 1 - 14.
- Schiffman, Leon dan Kanuk. 2012. Perilaku Konsumen (edisi 7). Jakarta : Prentice Hall
- Selang, C.A.D. 2013. *Bauran Pemasaran (Marketing Mix), Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*. Jurnal EMBA, 1 (3): 71 - 80.
- Shahnaz, Nanda Bella Fidanty & Wahyono. 2017. *Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online*. Management Analysis Journal, 389 – 399, <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/5571>, diakses pada tanggal 16 Juni 2018.
- Sirait, Juni Novalina. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Waterpark Perum Bumi Sempaja di Kota Samarinda*. eJournal Administrasi Bisnis, 4 (2), Hal: 342-355.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Suhartanto, Dwi. 2014. *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Sundalangi, Marchelyno. 2014. *Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Ekonomi, 2 (1): 313-324.

- Suwarno, Henky Lisan. 2006. *Sembilan Fungsi Saluran Distribusi: Kunci Pelaksanaan Kegiatan Distribusi yang Efektif*. Jurnal Manajemen, 6 (1), Hal: 79 – 87.
- Swastha, Dharmmesta Basu. 2014. *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius chandra. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: ANDI Offset
- Tujiono & Okta Karneli. 2017. *Pengaruh Sales Promotion dan Service Quality Terhadap Minat Beli Konsumen Fast Food*. JOM FISIP 4 (2): 1 – 12.
- Wibowo, Bangun Adi. 2015. *Pengaruh Suasana Toko, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat Beli di Planet Distro Kota Banjarnegara*. Skripsi. Jurusan manajemen fakultas ekonomi universitas negeri yogyakarta.
- Wicaksono, Satria Adhi. 2015. *Pengaruh Merek dan Desain Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Konsumen Sepeda Motor Honda CS One pada Dealer 54 Motor Pekalongan)*. Skripsi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Widiastuti, Nilam. 2017. *Pengaruh Promosi, Lokasi dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Roxy Mandonga*. Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Halu Oleo Kendari.
- Yusup, Muhamad. 2011. *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.