BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari mulai bab i pendahuluan hingga bab iv hasil penelitian, berikut adalah ringkasan kesimpulan yang dapat diambil dari semua pembahasan yang sudah peneliti paparkan:

1. Berdasarkan hasil uji penelitian mengenai faktor harga secara parsial terhadap keputusan konsumen berbelanja di hasilkan bahwa nilai t hitung sebesar 2,401 > 1,660 (t hitung > t tabel) dan nilai signifikansi sebesar 0,018 < 0,05 (*sig*< 0,05) dalam artian menunjukkan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan konsumen berbelanja. Dapat di artikan juga bahwa semakin cerdas dan tepat seorang pedagang pakaian di pasar Cilimus menepatkan harga maka peluang seorang konsumen untuk memutuskan berbelanja juga akan semakin besar.
2. Berdasarkan hasil uji penelitian mengenai faktor ketersediaan produk secara parsial terhadap keputusan konsumen berbelanja di hasilkan bahwa nilai t hitung sebesar 4,851 > 1,660 (t hitung > t tabel) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 (*sig*< 0,05) dalam artian menunjukkan bahwa variabel ketersediaan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan konsumen berbelanja. Dapat di artikan juga bahwa semakin banyak seorang pedagang pakaian di pasar Cilimus dalam menyediakan berbagai parian produk maka peluang seorang konsumen untuk memutuskan berbelanja juga akan semakin besar.
3. Berdasarkan hasil uji penelitian mengenai faktor harga dan ketersediaan produk secara simultan terhadap keputusan konsumen berbelanja di hasilkan bahwa nilai F hitung sebesar 29,597 > 3, 939 (f hitung > f tabel) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 (*sig*< 0,05) dalam artian menunjukkan bahwa harga dan ketersediaan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan berikut adalah sedikit saran dari peneliti bagi pihak-pihak yang terkait dengan harapan supaya penelitian ini menjadi acuan untuk perbaikan:

1. Bagi Pedagang Pakaian di Pasar Cilimus
    a. Untuk tetap selalu memperhatikan perilaku konsumen dan produk sebelum menetapkan harga.
    b. Untuk tetap selalu memperhatikan ketersediaan stok barang dalam toko, agar bisa menarik perhatian dan meningkatkan minat kunjungan pelanggan.
    c. Untuk meningkatkan jangkauan pemasaran pedagang dapat memanfaatkan media online untuk berjualan tidak hanya media ofline saja yang digunakan. Karena dengan adanya media online yang semakin hari semakin canggih, praktis dan sering digunakan oleh masyarakat akan lebih mudah bagi pedagang untuk mengatur alur strategi pemasaran.
2. Bagi Pengunjung Pasar Cilimus.
    a. Untuk selalu memperhatikan kualitas produk sebelum berbelanja.
    b. Untuk selalu memperhatikan uang sebelum berbelanja agar menghindari pembelian yang tidak perlu.
3. Bagi Penelitian Selanjutnya
    a. Berharap bagi peneliti selanjutnya penelitian ini berharap menjadi acuan perbaikan untuk mengembangkan bagian faktor harga dan ketersediaan produk dalam sebuah pasar atau toko.
    b. Berharap bagi peneliti selanjutnya penelitian ini berharap menjadi acuan perbaikan dalam keputusan konsumen berbelanja untuk mengembangkan dan menambahkan faktor-faktor lain selain harga dan ketersediaan produk.

IAIN SYEKH NURJATI CIREBON