

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Untuk menguji dan mengumpulkan data empiris, penelitian ini melihat bagaimana ketersediaan fasilitas, keragaman produk, dan kualitas produk mempengaruhi keputusan konsumen membeli barang buah-buahan di Pasar Induk Cibitung. Berdasarkan analisis dan hasil uji coba sebelumnya, kesimpulan berikut dapat diambil:

1. Variabel fasilitas (X1), Mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk buah-buahan di Pasar Induk Cibitung.
2. Variabel keragaman produk (X2) tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk buah-buahan di Pasar Induk Cibitung.
3. Variabel Kualitas produk (X3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk buah-buahan di Pasar Induk Cibitung.
4. Semua variabel independen yaitu fasilitas, keragaman dan kualitas produk memiliki dampak yang cukup besar secara bersamaan terhadap keputusan pembelian produk buah-buahan di Pasar Induk Cibitung.

#### **5.2 Implikasi Manajerial**

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan dengan merinci hal-hal yang telah disebutkan sebelumnya, penulis mencoba menawarkan saran atau saran sebagai berikut:

## 1. Bagi Pedagang

- a. Untuk memenuhi permintaan dan harapan pelanggan, vendor harus terus meningkatkan kualitas barang dan jasanya. Meningkatkan kualitas dapat mencakup inovasi produk, pelatihan karyawan, dan meningkatkan efisiensi proses pembelian
- b. Memahami Preferensi Konsumen: Pedagang perlu melakukan penelitian pasar agar dapat memahami preferensi dan kebutuhan konsumen secara lebih mendalam. Hal ini dapat membantu mereka mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan menyesuaikan penawaran produk dengan permintaan pasar.
- c. Menggunakan Teknologi dan Platform Digital: Pedagang harus memanfaatkan teknologi dan platform digital untuk meningkatkan visibilitas, mengoptimalkan proses penjualan, dan meningkatkan pengalaman pembelian konsumen. Misalnya, memanfaatkan media sosial, platform *e-commerce*, atau aplikasi mobile.

## 2. Bagi Pembeli:

- a. Pembeli sebaiknya melakukan riset terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian. Pelanggan dapat membandingkan harga, kualitas, serta ulasan produk sebelum mengambil keputusan pembelian. Hal ini dapat memungkinkan mereka membuat pilihan yang lebih bijaksana dan mencapai nilai yang paling optimal.
- b. Pembeli sebaiknya mempertimbangkan faktor-faktor penting seperti kualitas, harga, merek, ulasan pengguna, dan kebutuhan pribadi sebelum

membeli produk. Mengenali elemen-elemen ini dapat membantu mereka mengarahkan preferensi dan membuat keputusan yang lebih akurat.

- c. Setelah menyelesaikan transaksi, pelanggan memiliki kemungkinan untuk membagikan pengalaman mereka mengenai produk atau layanan kepada orang lain melalui ulasan online atau rekomendasi pribadi. Hal ini dapat membantu konsumen lain dalam membuat keputusan pembelian yang informasi.

### 3. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya:

- a. Akademisi dan peneliti dapat melanjutkan penelitian tentang perilaku pembelian dengan fokus pada aspek-aspek yang belum tercakup secara memadai. Misalnya, pengaruh faktor budaya, faktor demografis, atau teknologi baru terhadap keputusan pembelian
- b. Akademisi dan peneliti dapat mengembangkan metode analisis data yang lebih canggih dan mendalam untuk memahami perilaku pembelian. Penggunaan teknik statistik, analisis teks, atau machine learning dapat membantu dalam mengungkap pola dan tren yang lebih kompleks.
- c. Melakukan studi perbandingan antarindustri dapat memberikan wawasan tentang perbedaan dan persamaan dalam perilaku pembelian di berbagai sektor. Misalnya, membandingkan perilaku pembelian di industri makanan dan minuman dengan industri mode atau industri teknologi.