

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama yang menyatakan sikap berpengaruh positif terhadap minat pembelian konsumen pada Indomaret Surabaya Timur diterima.
2. Hipotesis kedua yang menyatakan norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat pembelian konsumen pada Indomaret Surabaya Timur diterima.
3. Hipotesis ketiga yang menyatakan minat pembelian berpengaruh positif terhadap pembelian konsumen pada Indomaret Surabaya Timur diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Saran Akademis

Penelitian ini telah terbukti mendukung teori dasar yang digunakan yaitu *Theory of Reasoned Action*. Maka disarankan pada pihak akademisi untuk melakukan penelitian terhadap minat pembelian berdasarkan pada penelitian ini tetapi dengan variabel yang berbeda sehingga dapat memperkaya ilmu pengetahuan tentang minat pembelian.

2. Saran Praktis

Pihak Indomaret disarankan untuk lebih memahami pentingnya sikap dan norma subjektif dalam pembentukan minat pembelian khususnya pengaruh yang terjadi antara norma subjektif dengan minat pembelian. Untuk menyesuaikan minat pembelian dengan norma subjektif, dapat dilakukan penyesuaian stok untuk produk yang memiliki batasan dalam norma subjektif seperti minuman beralkohol. Dengan adanya penyesuaian stok, maka penyediaan barang dagangan dapat efektif tanpa adanya kelebihan stok karena produk tidak terjual yang berujung pada pemusnahan produk yang tentunya mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yaitu:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada *outlet* Indomaret di wilayah Surabaya Timur sehingga hasil dan jawaban yang diperoleh hanya merupakan perwakilan dari konsumen Indomaret di Surabaya Timur dan bukan jawaban dari seluruh konsumen Indomaret di wilayah Surabaya.
2. Penelitian hanya memfokuskan sikap dan norma subjektif sebagai pembentuk minat pembelian. Diharapkan pada penelitian berikutnya dapat ditemukan faktor penentu minat pembelian yang lebih banyak dan beragam.
3. Penelitian hanya melihat pengaruh minat pembelian terhadap pembelian melalui sikap dan norma subjektif. Diharapkan pada penelitian berikutnya dapat dicari faktor

apa saja yang dapat mempengaruhi pembelian selain minat pembelian, sikap, dan norma subjektif.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Ajzen, Icek. 1980. *Understanding Attitudes and Predicting Social Behaviour*, New Jersey, Prentice-Hall Inc.
- Budiman, Santi. 2012. Analysis of Consumer Attitudes to Purchase Intentions of Counterfeiting Bag Product in Indonesia, *International Journal of Management, Economics and Social Sciences Vol. 1(1)*, pp. 1 – 12
- Chiou, Jyh-Sen. 1998. The Effects of Attitude, Subjective Norm, and Perceived Behavioral Control on Consumers' Purchase Intentions: The Moderating Effects of Product Knowledge and Attention to Social Comparison Information, *Proc. Natl. Sci. Counc. ROC Vol. 9, No. 2*, pp. 298-308.
- Heijden, Verhagen, dan Creemers. 2003. Understanding online purchase intentions: contributions from technology and trust perspectives, *European Journal of Information Systems 12*, 41–48.
- Levy, Michael. 2009. *Retailing Management*, New York, McGraw-Hill International Edition.
- Mufti, Noviyarsi, dan Maryenti. 2010. Analisis Faktor Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Fashion dengan Kategori Diskon di Ramayana Bukittinggi, Bukittinggi, PROSIDING SEMINAR NASIONAL ReSaTek-2010
- Nikdavoodi, Jeannete. 2012. The Impact of Attitude, Subjective Norm, and Consumer Inovativeness on Cosmetic Buying Behaviour, Swedia, *Department of Business Administration Master Thesis 15 ECTS*

- Southey, Gregory. 2011. The Theories of Reasoned Action and Planned Behaviour Applied to Business Decisions: A Selective Annotated Bibliography, *Journal of New Business Ideas & Trends 2011*, 9(1), pp. 43-50.
- Sugiyono, 2008, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta.
- Yamin, S, dan Kurniawan, H. 2009. Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS, Jakarta: Salemba Infotek.
- Datacon. <http://www.datacon.co.id/Ritel-2011ProfilIndustri.html>
(Diakses pada tanggal 9 Juni 2014 pukul 14:00)