

## BAB V

### SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat dituliskan kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas yang dipersepsikan. Berarti semakin positif citra toko Indogrosir maka akan semakin tinggi kualitas yang dipersepsikan pelanggan.
2. Citra toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian. Hal ini berarti semakin positif citra toko Indogrosir maka akan semakin tinggi minat pembelian pelanggan.
3. Variasi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas yang dipersepsikan. Berarti semakin tinggi variasi kualitas produk di Indogrosir, maka semakin tinggi kualitas yang dipersepsikan pelanggan.
4. Variasi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi variasi kualitas produk di Indogrosir, maka semakin tinggi minat pembelian pelanggan.
5. *Product signatureness* tidak berpengaruh terhadap kualitas yang dipersepsikan. Artinya tinggi rendahnya *product signatureness* tidak memberikan pengaruh apa-apa terhadap kualitas yang dipersepsikan pelanggan Indogrosir.

6. *Product signatureness* tidak berpengaruh terhadap minat pembelian. Artinya tinggi rendahnya *product signatureness* tidak memberikan pengaruh terhadap minat pembelian pada pelanggan Indogrosir.
7. Kualitas yang dipersepsikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kualitas yang dipersepsikan pelanggan Indogrosir maka akan semakin tinggi minat pembelian pelanggan.

#### **B. Keterbatasan Penelitian**

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu pusat perbelanjaan, sehingga kesimpulan penelitian ini hanya berlaku untuk Indogrosir Yogyakarta. Sementara itu Indogrosir mempunyai banyak cabang yang tersebar di kota-kota besar, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan pada semua Indogrosir atau pada pusat perbelanjaan lain.
2. Penelitian hanya terbatas menguji 3 variabel bebas yaitu citra toko, variasi kualitas dan *product signatureness*. Dimungkinkan masih banyak variabel bebas yang berpengaruh terhadap kualitas yang dipersepsikan dan minat pembelian seperti iklan atau promosi, harga dan kualitas produk serta kualitas pelayanan.
3. Penelitian ini hanya menggunakan metode survey melalui penyebaran kuesioner tanpa terlibat langsung dalam wawancara sehingga informasi yang disampaikan responden kemungkinan rentan terhadap informasi yang bias.

### **C. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat disarankan untuk penelitian ke depan dapat dilakukan di tempat yang berbeda sebagai perbandingan. Penelitian untuk ke depan juga dapat ditambahkan variabel lain seperti harga, promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Hal ini dimaksudkan untuk melihat lebih jauh faktor lain yang berpengaruh terhadap kualitas yang dipersepsikan dan minat pembelian.

Saran untuk Indogrosir agar dapat meningkatkan minat pembelian, maka perlu adanya upaya peningkatan kualitas yang dipersepsikan, dimulai dari meningkatkan citra toko dan variasi kualitas. Citra toko dapat ditingkatkan dengan promosi dan iklan pada produk-produk tertentu, selalu menjaga ketersediaan stok barang, selalu menjaga kebersihan dan kerapian serta pelayanan yang baik dan ramah. Variasi kualitas dapat ditingkatkan dengan cara memberikan pilihan alternatif pada kualitas barang sesuai dengan segmen pasar, misal untuk produk beras, bisa dibuat kualitasnya menjadi 5 variasi kualitas dengan 5 pilihan harga.