

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

Sebagai akhir dari penulisan dalam bab ini disampaikan beberapa kesimpulan, dan saran yang relevan bagi penelitian yang akan datang sesuai dengan hasil penelitian analisis data yang telah dilakukan.

#### 1.1 Kesimpulan

1. Hasil penelitian yang dilakukan menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh dari Strategi Ritel terhadap minat beli Konsumendi Swalayan Buyung Family.
2. Dalam pengujian Regresi Sederhana nilai Konstanta sebesar 3.574 berarti jika  $X = 0$  (nol), maka  $Y$  nilainya sebesar 3.574 (**Priyatno Duwi: 250**) dan Koefisien regresi  $X = 0.128$  berarti hubungan faktor  $X$  dengan  $Y$  adalah positif. Menyatakan bahwa jika mengalami kenaikan 1 satuan, maka  $Y$  akan bertambah sebesar 0.127 (**Priyatno, Duwi , 2011:250**).
3. Berdasarkan uji  $t$ , pada Variabel bebas (Strategi Retail). Diketahui  $t_{hitung}$  (8.809)  $>$   $t_{tabel}$  (1.660) dan Sig. (0,000)  $<$  0,05. Artinya variabel Strategi Retail berpengaruh signifikan terhadap minat beli.
4. Besar pengaruh Strategi ritel terhadap minat beli konsumen di Swalayan Buyung Familly dapat diketahui dari Nilai  $R$  sebesar 0.669, berarti hubungan keeratan secara bersama-sama antara variabel dependen dan variabel independen kuat karena  $R$  sebesar 0.665 berada diantara 0,60 - 0.799. Nilai Adjusted  $R$  Square sebesar 0.422 yang artinya 42% strategi ritel ( $X$ )

mempengaruhi minat beli konsumen (Y), sedangkan sisanya ( $100\% - 42\% = 58\%$ ) dipengaruhi sebab-sebab lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

## **1.2 Saran**

1. Bagi perusahaan agar dapat meningkatkan dan lebih memperhatikan strategi ritel, karena variable tersebut sangat mempengaruhi minat beli konsumen pada swalayan buyung family.
1. Bagi peneliti selanjutnya, agar menggunakan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen pada swalayan buyung family.
2. Untuk penelitian ini hanya menggunakan variabel strategi ritel dan minat beli konsumen, jadi disarankan untuk peneliti selanjutnya agar memperbanyak variabel penelitian, karena semakin banyak variabel independen semakin besar pula kesempatan untuk mengetahui minat beli konsumen pada Swalayan Buyung Family.