

BAB V

PENUTUPAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh lokasi dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening pada konsumen UMKM di Kawasan Bundaran Serayu Kota Madiun, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen UMKM di Kawasan Bundaran Serayu Kota Madiun. Lokasi yang strategis dan mudah diakses mampu meningkatkan ketertarikan serta minat konsumen untuk melakukan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi yang strategis, mudah dijangkau, memiliki visibilitas yang baik, serta berada pada kawasan dengan aktivitas masyarakat yang tinggi mampu meningkatkan ketertarikan konsumen untuk berkunjung dan menumbuhkan minat beli.
2. Keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen UMKM di Kawasan Bundaran Serayu Kota Madiun. Variasi produk yang beragam mampu memberikan banyak alternatif pilihan bagi konsumen sehingga meningkatkan minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa semakin beragam jenis produk, variasi rasa, pilihan menu, dan kelengkapan produk yang tersedia, maka semakin besar peluang konsumen tertarik untuk melakukan pembelian.

3. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen UMKM di Kawasan Bundaran Serayu Kota Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa semakin strategis lokasi usaha, mudah dijangkau, memiliki visibilitas yang baik, serta lingkungan yang nyaman, maka keputusan pembelian konsumen akan semakin meningkat.
4. Keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen UMKM di Kawasan Bundaran Serayu Kota Madiun. Semakin beragam jenis produk, variasi rasa, pilihan menu, serta kelengkapan produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen.
5. Minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen UMKM di Kawasan Bundaran Serayu Kota Madiun. Semakin tinggi minat beli konsumen, maka semakin besar kemungkinan konsumen melakukan keputusan pembelian.
6. Minat beli mampu memediasi pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen UMKM di Kawasan Bundaran Serayu Kota Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi yang strategis tidak hanya memengaruhi keputusan pembelian secara langsung, tetapi juga melalui peningkatan minat beli konsumen.
7. Minat beli mampu memediasi pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen UMKM di Kawasan Bundaran Serayu Kota Madiun. Keragaman produk yang tinggi dapat meningkatkan minat

beli konsumen yang kemudian mendorong terjadinya keputusan pembelian.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah yang ditetapkan. Namun demikian, penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan sebagai bahan pertimbangan dalam menafsirkan hasil penelitian maupun sebagai dasar bagi penelitian selanjutnya.

1. Penelitian ini hanya menggunakan variabel lokasi dan keragaman produk sebagai variabel independen serta minat beli sebagai variabel intervening dalam menjelaskan keputusan pembelian konsumen. Sementara itu, keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh faktor lain seperti harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi, citra merek, dan *word of mouth* yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen UMKM di Kawasan Bundaran Serayu Kota Madiun, sehingga hasil penelitian belum tentu dapat digeneralisasikan pada objek penelitian lain yang memiliki karakteristik usaha, konsumen, dan lingkungan bisnis yang berbeda.
3. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang mengandalkan persepsi responden pada saat penelitian berlangsung. Kondisi tersebut memungkinkan adanya perbedaan persepsi, subjektivitas jawaban, serta kemungkinan bias dari responden dalam memberikan penilaian terhadap variabel yang diteliti.

4. Penelitian dilakukan dalam periode waktu tertentu (*cross-sectional*) sehingga hanya menggambarkan kondisi konsumen pada saat penelitian dilakukan. Perubahan kondisi lingkungan usaha, tren konsumsi, maupun perilaku konsumen pada waktu yang berbeda dapat menghasilkan temuan yang berbeda.
5. Dalam pelaksanaan penelitian, kawasan UMKM Bundaran Serayu masih belum dikelola secara optimal oleh pemerintah daerah. Beberapa kondisi seperti penataan tata letak lapak yang belum sepenuhnya terorganisasi, keterbatasan area parkir, serta pengaturan lalu lintas dan fasilitas pendukung yang masih terbatas berpotensi memengaruhi persepsi konsumen terhadap lokasi usaha. Kondisi tersebut menjadi salah satu keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil penelitian terkait variabel lokasi.

C. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat implikasi yang dapat ditinjau dari aspek teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pemasaran, khususnya terkait perilaku konsumen pada sektor UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi dan keberagaman produk memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian, baik secara langsung maupun melalui minat beli sebagai variabel intervening. Temuan ini memperkuat konsep bahwa minat beli merupakan

tahap penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen sebelum terjadinya pembelian aktual.

Selain itu, penelitian ini juga mendukung teori perilaku konsumen, seperti *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menjelaskan bahwa niat (minat beli) menjadi faktor utama yang mendorong seseorang dalam melakukan suatu tindakan, termasuk keputusan pembelian. Dalam konteks ini, lokasi yang strategis dan keberagaman produk yang memadai mampu membentuk persepsi positif konsumen, yang kemudian meningkatkan minat beli dan berujung pada keputusan pembelian. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya literatur yang menekankan pentingnya integrasi antara faktor *eksternal* (lokasi dan produk) dengan faktor *internal* konsumen (minat beli).

2. Implikasi Praktis

- a. Bagi pelaku UMKM di kawasan penelitian, penting untuk memperhatikan pemilihan lokasi usaha yang strategis, mudah dijangkau, memiliki visibilitas yang baik, serta berada di area dengan tingkat aktivitas konsumen yang tinggi. Lokasi yang tepat akan memudahkan konsumen dalam mengakses produk dan meningkatkan peluang terjadinya pembelian.
- b. Pelaku UMKM perlu meningkatkan keberagaman produk, baik dari segi variasi jenis, rasa, maupun kelengkapan produk yang ditawarkan. Keberagaman ini dapat memberikan lebih banyak pilihan kepada

konsumen sehingga mampu memenuhi berbagai preferensi dan kebutuhan yang berbeda.

- c. Minat beli konsumen perlu menjadi fokus utama dalam strategi pemasaran. Pelaku usaha dapat meningkatkan minat beli dengan menciptakan pengalaman belanja yang menarik, menjaga kualitas produk, serta memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.
- d. Strategi pemasaran yang diterapkan sebaiknya tidak hanya berorientasi pada penjualan jangka pendek, tetapi juga pada upaya membangun ketertarikan dan hubungan jangka panjang dengan konsumen. Dengan meningkatkan minat beli secara berkelanjutan, maka keputusan pembelian juga akan meningkat dan berdampak pada keberlangsungan usaha UMKM. Selain itu, diperlukan dukungan dari pemerintah daerah melalui kerja sama dengan pelaku UMKM dalam mengelola dan menata kawasan Bundaran Serayu agar lebih tertata, nyaman, dan menarik bagi konsumen. Kerja sama tersebut dapat diwujudkan melalui penataan tata letak lapak UMKM, penyediaan area parkir yang memadai, pengelolaan kebersihan lingkungan, serta pengaturan arus lalu lintas. Dengan pengelolaan kawasan yang lebih baik, visibilitas UMKM akan meningkat, kenyamanan konsumen dapat terjaga, dan minat beli serta keputusan pembelian konsumen dapat meningkat secara berkelanjutan.
- e. Bagi Pemerintah Daerah perlu memberikan perhatian yang lebih besar terhadap pengelolaan Kawasan Bundaran Serayu sebagai salah satu

pusat aktivitas UMKM dan kuliner di Kota Madiun. Berdasarkan hasil penelitian, lokasi terbukti menjadi faktor penting yang memengaruhi minat beli dan keputusan pembelian konsumen. Namun demikian, kawasan tersebut saat ini belum dikelola secara optimal oleh pemerintah daerah sehingga masih terdapat beberapa kendala, seperti keterbatasan area parkir, penataan lapak yang belum terorganisasi dengan baik, serta pengaturan lalu lintas yang belum maksimal. Oleh karena itu, pemerintah daerah diharapkan dapat melakukan penataan dan pengelolaan kawasan secara lebih terstruktur melalui penyediaan fasilitas pendukung, peningkatan kebersihan, pengelolaan parkir, penataan area usaha, serta penguatan identitas kawasan kuliner. Pengelolaan yang baik tidak hanya akan meningkatkan kenyamanan konsumen, tetapi juga mendukung perkembangan UMKM dan meningkatkan daya tarik Kawasan Bundaran Serayu sebagai destinasi kuliner dan ekonomi masyarakat.

D. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi berbagai pihak sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku UMKM di Kawasan Bundaran Serayu
 - a. Pelaku UMKM disarankan untuk lebih memperhatikan pemilihan lokasi usaha yang strategis, seperti area yang mudah diakses, memiliki

visibilitas tinggi, serta berada di titik keramaian, karena terbukti mampu meningkatkan minat dan keputusan pembelian konsumen.

- b. Meningkatkan keberagaman produk dengan menyediakan variasi menu, pilihan rasa, serta kelengkapan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen agar konsumen memiliki lebih banyak alternatif dalam satu lokasi.
- c. Menjaga kualitas produk secara konsisten, baik dari segi rasa, kebersihan, maupun penyajian, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong keputusan pembelian ulang.
- d. Memperhatikan kenyamanan lingkungan usaha, seperti kebersihan tempat, penataan lokasi, serta fasilitas pendukung, agar konsumen merasa nyaman dan tertarik untuk berkunjung kembali.

2. Bagi Pelaku UMKM Lain

- a. Pelaku UMKM di luar kawasan penelitian dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai referensi dalam mengembangkan strategi pemasaran, khususnya dengan mengoptimalkan lokasi usaha dan keberagaman produk untuk menarik minat beli konsumen.
- b. Disarankan untuk tidak hanya berfokus pada satu aspek saja, tetapi mengkombinasikan faktor lokasi yang strategis dengan variasi produk yang menarik agar dapat meningkatkan daya saing usaha.
- c. Menghindari penyediaan produk yang monoton atau kurang variatif, karena hal tersebut dapat menurunkan minat konsumen dalam melakukan pembelian.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti harga, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, atau citra merek (*brand image*) agar model penelitian menjadi lebih komprehensif.
- b. Memperluas objek penelitian dan jumlah sampel, tidak hanya terbatas pada satu kawasan, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasi secara lebih luas.
- c. Menggunakan pendekatan metode lain seperti *mixed methods* atau pendekatan kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terkait perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.