

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kredibilitas berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Indomaret Batu Aji
2. Citra Merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Indomaret Batu Aji
3. Kemudahan Aplikasi Klik Indomaret berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Indomaret Batu Aji
4. Kredibilitas, Citra Merek, dan Kemudahan Aplikasi Klik Indomaret berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Indomaret Batu Aji

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan oleh penulis ialah:

1. Bagi Indomaret, disarankan untuk berfokus pada beberapa bidang utama. Salah satunya menekankan program pelatihan karyawan untuk meningkatkan bantuan selama transaksi dan mempromosikan peningkatan penjualan produk

tambahan. Manajemen antrian yang efisien juga harus diprioritaskan untuk memastikan proses pembayaran lancar dan cepat. Selain itu, menanggapi masukan tentang halaman utama aplikasi Klik Indomaret dengan mengoptimalkan antarmuka untuk meningkatkan kegunaan dan aksesibilitas ke semua fitur. Pemeliharaan fasilitas yang terawat baik, termasuk toilet, area parkir, dan tempat Hangout, harus tetap menjadi prioritas, mengingat dampaknya yang besar terhadap keputusan pembelian. Memanfaatkan pengaruh positif maskot Indomaret “Domar” dalam strategi pemasaran dapat semakin meningkatkan citra merek. Terakhir, inovasi berkelanjutan pada aspek digital aplikasi Klik Indomaret, khususnya pada opsi pemfilteran pencarian, dapat berkontribusi pada pengalaman yang lebih baik dan ramah pengguna (*user-friendly*).

2. Untuk penulis dan peneliti selanjutnya disarankan untuk mempelajari studi kasus spesifik atas variabel lain yang juga berhubungan atas besar kecilnya keputusan pembelian. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat berfokus pada pengidentifikasian praktik terbaik dan pendekatan strategis yang digunakan oleh Indomaret dalam meningkatkan persaingan ataupun meningkatkan penjualan luring ataupun secara daring. Selain itu diharapkan penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada subjek yang berbeda ataupun lingkup penelitian yang lebih luas, seperti keseluruhan perusahaan PT. Indomarco Prismatama, toko retail lain ataupun meluaskan penelitian seperti lingkup provinsi dengan objek yang sama.