

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas peneliti dapat memberikan kesimpulan bahwa :

Minat berbelanja konsumen dipengaruhi oleh faktor komitmen organisasi maupun faktor ekonomi sebagai alasan yang kuat. Hal ini disebabkan karena seorang pelanggan yang berbelanja di suatu tempat selain bertujuan untuk memenuhi kebutuhan akan barang dan jasa, namun juga untuk memenuhi keinginan dan tujuan yang mendasarinya untuk membelanjakan uangnya. Faktor komitmen organisasi saja tidak cukup dalam memengaruhi minat berbelanja, hal ini logis karena setiap uang yang dibelanjakan, konsumen akan menghitung secara matematis setiap manfaat yang diperoleh dengan pengorbanan tertentu. Komitmen organisasi tentu akan memperkuat suatu pilihan berbelanja konsumen, karena adanya kesadaran bahwa setiap pembelian dalam mini market yang dimiliki akan berimbas positif terhadap kelangsungan organisasi yang diikuti, kemudian kelangsungan organisasi ini akan menjamin kelangsungan pandangan yang diyakini kebenaran oleh para anggota organisasi.

Secara bersama-sama faktor komitmen organisasi dan faktor ekonomi memengaruhi minat berbelanja warga Nahdliyin. Faktor ekonomi dan faktor komitmen organisasi yang dimiliki setiap warga Nahdliyin akan meningkatkan

minat berbelanja dengan pengaruh sebesar 89.7%. Hal ini menunjukkan bahwa selain komitmen organisasi, konsumen perlu memperhatikan faktor-faktor ekonomi untuk memutuskan berbelanja di suatu tempat. Adanya penguatan komitmen organisasi dan ketertarikan pada keuntungan dari faktor ekonomi akan memperkuat adanya minat berbelanja konsumen pada Nusantara.

Secara mandiri setiap faktor yang diuji yaitu faktor komitmen organisasi mampu memengaruhi minat berbelanja sebesar 78%, sedangkan faktor ekonomi mampu memengaruhi sebesar 89% dalam meningkatkan minat berbelanja warga Nahdliyin. Hal ini menunjukkan bahwa faktor ekonomi lebih mendominasi keputusan pelanggan dalam memutuskan untuk memilih tempat belanja.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan di atas, perlu adanya perbaikan yang dilaksanakan untuk peningkatan omzet penjualan. Peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut.

1. Pengelola *Minimarket* Nusantara sebaiknya menjaga loyalitas keanggotaan untuk mengembangkan unit usaha dengan salah satu caranya yaitu memberi timbal balik secara riil terhadap setiap pengorbanan konsumen yang berasal dari anggota dan pengurus.
2. Pentingnya memupuk peningkatan faktor komitmen organisasi di samping memberikan pelayanan dengan menawarkan keramahan dari segi ekonomi yang berkaitan dengan harga, kelengkapan produk, pelayanan, dan lokasi

yang nyaman dan strategis untuk meningkatkan omzet karena kedua faktor mempunyai pengaruh yang besar.

3. Pentingnya memperbaiki dan menata lokasi untuk keterjangkauan dan keamanan berbelanja karena paling dominan dalam memengaruhi minat berbelanja konsumen secara umum.

