

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Kelontong Saidi Desa Tanjung Tanah, maka dapat diambil kesimpulan :

1. Produk memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan pembelian pada Toko Kelontong Saidi. Hal ini dibuktikan dengan nilai dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,823 > 2,028$) dengan nilai signifikansi diperoleh sebesar $0,008 < 0,05$ artinya produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Besar pengaruh produk secara parsial terhadap keputusan pembelian adalah 12,4%.
2. Harga memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan pembelian pada Toko Kelontong Saidi. Hal ini dibuktikan dengan nilai dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,727 > 2,028$) dengan nilai signifikansi diperoleh sebesar $0,001 < 0,05$ artinya harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Besar pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian adalah 28,9%.
3. Lokasi memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan pembelian pada Toko Kelontong Saidi. Hal ini dibuktikan dengan nilai dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,298 > 2,028$) dengan nilai signifikansi diperoleh sebesar $0,002 < 0,05$ artinya lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

pembelian. Besar pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian adalah 7,5%.

4. Produk, Harga dan Lokasi secara sumultan memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan pembelian pada Toko Kelontong Saidi. Hal ini dibuktikan dengan nilai dari $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $11,396 > 2,866$. Serta dengan nilai signifikansi $= 0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a Diterima. Besarnya pengaruh antara variabel independen Produk (X1), Harga (X2) dan Lokasi (X3) terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) pada Toko Kelontong Saidi adalah sebesar 48,7%, sedangkan sisanya adalah 51,3% dipengaruhi oleh variabel lain tidak diketahui dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Suatu Penelitian akan memiliki arti jika dapat memberikan kontribusi atau manfaat bagi pembaca maupun peneliti berikutnya. Saran-saran yang dapat diberikan peneliti antara lain :

- 1) Produk yang sulit diingat diharapkan ditempatkan di bagian depan toko, karena pembeli akan merasa mudah untuk mengetahui produk apa yang akan dibeli, produk yang sulit diingat terkadang konsumen susah untuk mengetahuinya.
- 2) Harga menjadi sangat penting karena harga yang tidak sesuai dengan manfaat dan kualitasnya akan membuat pembeli berpikir kembali untuk membeli sehingga tidak dapat rasa yang maksimal dibandingkan objek saingan.

- 3) Lokasi harus diperhatikan oleh pemilik Toko Kelontong Saidi, karena lokasi disini mempengaruhi keputusan pembelian. Dan Keputusan Pembelian akan meningkat apabila lokasi toko yang strategis.
- 4) Penelitian ini membuktikan bahwa Lokasi sebagai variabel yang paling berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dibuktikan dengan nilai TCR tertinggi, sehingga untuk penelitian berikutnya disarankan untuk menggunakan tambahan variabel lain untuk memperluas cakupan, selanjutnya disarankan untuk meneliti pada tempat yang bergerak di sektor lain atau pada objek yang sama dengan penelitian tahun yang berbeda.

