

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,137 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya semakin tinggi kualitas produk, maka semakin tinggi juga keputusan pembelian.
2. Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 6,302 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya semakin terjangkau harga serta semakin tinggi kesesuaian harga dengan kualitas produk maka semakin kuat bagi calon pembeli mengambil keputusan pembelian.
3. Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 0,786 dan nilai signifikansi $0,217 > 0,05$. Artinya lokasi yang didukung dengan akses menuju lokasi yang memadai akan semakin mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Semakin baik lokasi yang ditentukan oleh pemilik akan semakin mempengaruhi keputusan pembelian.
4. Variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, harga, dan lokasi dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,624 artinya 62,4%, sedangkan sisanya 37,6% dijelaskan oleh variabel

lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah dijelaskan maka implikasi manajerial bagi Soto Ndeso adalah sebagai berikut :

1. Pada hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat diartikan bahwa kualitas produk sudah diberikan kepada konsumen dengan baik. Semakin baik kualitas produk yang dirasakan pelanggan maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian.
2. Selanjutnya hasil penelitian ini menunjukkan variabel harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, sehingga harga yang diberikan dapat dipertahankan untuk meningkatkan keputusan pembelian.
3. Variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan namun memiliki arah positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian terdapat 2 pernyataan yang bernilai skor sedang yaitu lokasi pada Soto Ndeso mudah dijangkau oleh transportasi umum maupun kendaraan pribadi dengan nilai skor 3,37 (sedang) dan lokasi Soto Ndeso sering dilalui banyak orang dengan nilai skor 3,23 (sedang), dimana hal tersebut dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemilik untuk melakukan evaluasi terutama untuk faktor akses menuju lokasi yang dinilai cukup oleh pembeli. Selain itu terdapat faktor lain yang mempengaruhi keputusan misalnya, promosi melalui mulut ke mulut atau *Word Of Mouth* (WOM) dimana kekuatan rekomendasi dari orang lain dapat meningkatkan sebuah

produk dan meningkatkan penjualan, sehingga lokasi tidak berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian.

C. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan peneliti dalam penelitian ini :

1. Penelitian ini hanya meneliti kualitas produk, harga, dan lokasi yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Namun ada faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian misalnya faktor Citra Merek, Promosi, dan Kualitas Pelayanan.
2. Peneliti menggunakan kuesioner tertutup sehingga jawaban responden terbatas pada pilihan yang disediakan.

D. Saran

Berdasarkan hasil R^2 pada penelitian ini sebesar 37,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Sehingga pada penelitian selanjutnya diharapkan untuk meneliti variabel lain seperti variabel dalam Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*), citra merek, dan kualitas pelayanan dan jumlah kuesioner yang disebarkan selayaknya pada penelitian dimasa yang akan datang dapat ditingkatkan agar memberikan hasil yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2009. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi 2. Bandung: Alfabeta
- Arikunto, Suharsimi. 2013. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Atmaja, Dessy Purwanti dan Adiwinata, Martinus Febrian. (2013). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Kopitiam Oey Surabaya. Jurnal Manajemen Perhotelan. Surabaya: PPs Universitas Kristen Petra Surabaya
- Chanifah Widha Prihatini dan Muhammad Edwar. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Ikan Bakar Seafood Genteng Besar. Surabaya : Universitas Negeri Surabaya
- Fiani, Margaretha dan Japarianto, Edwin. 2012. “Analisis Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep’s di Kota Solo”. Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol 1 No 1.
- Ghozali, Imam. 2007. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- _____. 2014. Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 22. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- <http://diskopukm.jatimprov.go.id> (diakses pada 15 April 2019)
- www.bekraf.go.id,2019 (diakses pada 13 Mei 2019)
- <https://food.detik.com,2012> (diakses pada 13 Mei 2019)
- <http://id.quora.com,2018> (diakses pada 13 Mei 2019)
- <http://umkm.madiunkota.go.id/beranda/view/nilai-produksi-umkm-di-kota-madiun-rp65-miliartahun.html> (diakses pada 23 Mei 2019)
- Joseph F Hair JR William C Black. 2006. Multivariate Data Analysis. Seventh Edition. Pearson New International Edition.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Kotler Philip dan Keller Kevin L. 2012. *“Marketing Management, 14th Edition”*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Larosa, Septhani Rebeka dan Sugiarto. 2011. *“Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Warung-Warung Makan di Sekitar Simpang Lima Semarang)”*. (online), (<http://eprints.undip.ac.id/28746/1/Jurnal.pdf>, diakses 15 April 2019)
- Mowen, John C dan Minor, Michel. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Ong, Ian Antonius dan Sugiono Sugiharto. 2013. *Analisis Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Cincau Station Surabaya*. Surabaya : Universitas Kristen Petra.
- Siti Aulia. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Depot Pak Qomar Surabaya*. Surabaya : Universitas Negeri Surabaya.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta : Andi Offset