

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dampak Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan Karyawan, dan Iklan terhadap Minat Beli Konsumen di PT. Cakra Adi Dharma yang berlokasi di Kotapinang Labuhanbatu Selatan, melibatkan 121 responden yang memberikan informasi yang tepat. Dengan menggunakan alat analisis SmartPls 4.0, hasil pengolahan data dan analisis menunjukkan kesimpulan sebagai berikut :

- a. Harga (X1) tidak menunjukkan dampak yang berarti terhadap Minat Beli Konsumen (Y) berdasarkan hasil uji T statistics dan P values yang menghasilkan nilai 0.018. Oleh karena itu, H1 dalam studi ini yang menyatakan bahwa Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen dapat dianggap “diterima.”.
- b. Lokasi (X2) memberikan dampak yang besar pada Minat Beli Konsumen (Y) berdasarkan hasil dari pengujian statistik T dan nilai P yang menunjukkan angka 0.000. Oleh karena itu, hipotesis H1 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen "diyakini sebagai benar.".
- c. Pelayanan (X3) tidak menunjukkan dampak yang berarti terhadap

ketertarikan beli konsumen berdasarkan hasil analisis statistik T dan nilai P yang menunjukkan angka 0.002. Oleh karena itu, hipotesis H1 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa Layanan Karyawan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Ketertarikan Beli Konsumen “diterima.”.

- d. Iklan (X4) menunjukkan dampak yang tidak berarti terhadap keinginan berbelanja konsumen berdasarkan analisis T statistics dan P values yang menunjukkan hasil 0.041. Oleh karena itu, hipotesis H1 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa Iklan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan berbelanja konsumen "diakui".

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka dapatdikemukakan beberapa saran dan rekomendasi sebagai berikut ;

1. Bagi Penelitian di Masa Mendatang
 - a. Untuk penelitian yang akan datang, diharapkan agar pemilihan responden dilakukan dengan lebih cermat sehingga informasi yang didapatkan benar-benar mencerminkan karakteristik serta pandangan dari responden tersebut, sekaligus mencegah responden mengisi kuesioner dengan sembarangan.
 - b. Bagi peneliti di masa depan, diharapkan untuk dapat menambahkan variabel-variabel penelitian yang berpengaruh

terhadap kesetiaan pelanggan dengan memasukkan elemen dan aspek lainnya.

2. Bagi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

- a. Diharapkan bahwa Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu dapat melanjutkan penelitian ini di masa mendatang, khususnya yang berhubungan dengan eksplorasi teori tentang harga, mutu layanan, dan keyakinan yang mempengaruhi kesetiaan pelanggan.
- b. Diharapkan bahwa Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu dapat menjadikan kajian ini sebagai referensi untuk meningkatkan wawasan bagi yang membutuhkan.

3. Bagi PT. Cakra Adi Dharma Kotapinang

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan dalam merancang dan menentukan langkah-langkah yang tepat dalam pemasaran. Selain itu, penelitian diharapkan juga dapat menjadi referensi untuk menilai strategi pemasaran di masa mendatang.
- b. Bagi PT. Cakra Adi Dharma Kotapinang diharapkan untuk lebih meningkatkan pelayanan mungkin dengan membuat semacam pelatihan atau sejenisnya untuk melatih para karyawan.

- c. Bagi PT. Cakra Adi Dharma Kotapinang diharapkan selalu menjaga nama baik dengan cara menjaga kepercayaan konsumen demi terciptanya loyalitas pelanggan.