

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai t hitung untuk promosi adalah sebesar 5,696, t tabel 1,985 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Nilai t hitung untuk produk adalah sebesar 2,731, t tabel 1,985 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan $0,016 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Nilai t hitung untuk Lokasi adalah sebesar 2,247, t tabel 1,985 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan $0,027 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Nilai F tabel pada distribusi $Df_1=k$, $df_2=n-1-k=97-3=94$, sehingga dapat dilihat pada tabel F yaitu kolom ke 3 pada baris ke 94 yaitu 2,70, maka berdasarkan tabel 4.12 terlihat bahwa nilai F hitung $45,798 > 2,70$, dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, ini menunjukkan bahwa secara serempak variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent.

5. Hasil output SPSS model summary besarnya Adjusted R square adalah 0,757. Hal ini berarti 75,70% variabel independent yaitu variabel promosi, produk dan Lokasi memberikan pengaruh terhadap variabel dependent yaitu keputusan pembelian, dan sisanya sebesar 24,30% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti yang dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian.

B. Saran

1. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan umum tentang bagaimana keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi peneliti di masa mendatang

Bagi peneliti di masa mendatang diharapkan lebih teliti dalam melakukan penelitian, seperti memahami dengan baik isi kuesioner yang di sebarkan kepada responden, agar data yang diperoleh benar-benar menunjukkan