

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pada penelitian yang telah dilakukan terhadap konsumen Mie Ayam Malioboro Cabang Ngronggo maka, dapat disimpulkan sesuai dengan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan hipotesis yang telah diajukan. Sehingga, peneliti memperoleh kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Hasil dari penelitian ini yaitu diketahui bahwa dari 349 responden sebanyak 78,2% atau 373 responden menyatakan bahwa lokasi pada Mie Ayam Malioboro Cabang Ngronggo Kediri memperoleh kategori strategis.
2. Hasil dari penelitian ini yaitu diketahui bahwa dari 349 responden sebanyak 55,6% atau 194 responden menyatakan bahwa kualitas produk terhadap Mie Ayam Malioboro Cabang Ngronggo Kediri memperoleh kategori sangat baik.
3. Hasil dari penelitian ini yaitu diketahui bahwa dari 349 responden sebanyak 58,7% atau 205 responden menyatakan bahwa keputusan pembelian terhadap Mie Ayam Malioboro Cabang Ngronggo Kediri memperoleh kategori baik.
4. Berdasarkan dari hasil yang diperoleh uji korelasi diketahui nilai *pearson* sebesar 0,675 dan diperoleh nilai signifikan 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai korelasi *pearson* berada antara

0,61-0,80. Sehingga diperoleh hubungan antara lokasi dengan keputusan pembelian yaitu hubungan yang kuat. Sedangkan untuk T_{hitung} pada variabel lokasi yaitu 7,068. Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $7,068 > 1,966$ berarti H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak dan pada penelitian ini terdapat pengaruh antara variabel lokasi terhadap keputusan pembelian Mie Ayam Malioboro Cabang Ngronggo Kediri.

5. Berdasarkan dari hasil yang diperoleh uji korelasi diketahui nilai *pearson* sebesar 0,660 dan diperoleh nilai signifikan 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai korelasi *pearson* berada antara 0,61-0,80. Sehingga diperoleh hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian yaitu hubungan yang kuat. Sedangkan untuk T_{hitung} pada variabel lokasi yaitu 5,528. Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $5,528 > 1,966$ berarti H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak dan pada penelitian ini terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian Mie Ayam Malioboro Cabang Ngronggo Kediri.
6. Berdasarkan perhitungan bahwa nilai signifikan *F change* sebesar $0,000 < 0,05$. Diperoleh hasil uji bahwa nilai *R* yaitu 0,775 berarti variabel lokasi dan kualitas produk secara simultan atau secara bersama-sama memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian Mie Ayam Malioboro Cabang Ngronggo Kediri. Diperoleh hasil analisis regresi linier berganda bahwa persamaan

regresi $Y = 14,037 + 0,579x_1 + 0,522x_2$. Pada uji F diperoleh hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $78,054 > 3,04$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dari hasil tersebut H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak yang artinya dalam penelitian ini terdapat pengaruh antara variabel lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Mie Ayam Malioboro Cabang Ngronggo Kediri. Selanjutnya diperoleh hasil uji determinasi yaitu koefisien determinasi atau *R square* sebesar 0,511 berarti variabel lokasi dan kualitas produk mempunyai pengaruh sebesar 51% terhadap keputusan pembelian Mie Ayam Malioboro Cabang Ngronggo Kediri. Sedangkan 49% dipengaruhi pada variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil pada penelitian yang telah dilakukan maka, peneliti memberikan saran atau masukan agar dijadikan untuk evaluasi kedepannya untuk para pelaku usaha atau peneliti selanjutnya, yaitu:

1. Bagi Mie Ayam Malioboro Cabang Ngronggo Kediri berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada Mie Ayam Malioboro Cabang Ngronggo Kediri bahwa lokasi dan kualitas produk memiliki kategori baik dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk Mie Ayam Malioboro. Maka, peneliti mengharapkan agar pihak Mie Ayam Malioboro Cabang Ngronggo Kediri minimal bisa mempertahankan lokasi dan kualitas produk yang sudah dijalankan sampai sekarang. Dengan tujuan pengunjung tetap

membeli produk yang dijual atau yang ditawarkan oleh Mie Ayam Malioboro Cabang Ngronggo Kediri.

2. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi pembelian karena kontribusi lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 51%. Hal ini artinya masih terdapat variabel lain yang mungkin akan lebih mempengaruhi terhadap keputusan pembelian. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan mengambil sampel yang lebih beragam agar memberikan penelitian yang akan lebih baik lagi.