

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang mana peneliti mengkaji hubungan dan pengaruh hubungan variabel *independent* Lokasi dan Kualitas Produk terhadap variabel *dependent* Keputusan Pembelian. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen dari *Chocolata Café* Kediri. Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis, serta hasil pengolahan data menggunakan program SPSS 21, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan 100 responden, 97% responden menyatakan bahwa Lokasi pada *Chocolata Café* Kediri tergolong strategis.
2. Berdasarkan 100 responden, 91% responden menyatakan bahwa Kualitas Produk Varian Coklat pada *Chocolata Café* Kediri tergolong baik.
3. Berdasarkan 100 responden, 86% responden menyatakan bahwa Keputusan Pembelian pada *Chocolata Café* Kediri tergolong tinggi.
4. Berdasarkan hasil olah data uji korelasi diketahui nilai korelasi *pearson* sebesar 0,831 dan nilai signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara Lokasi dengan Keputusan Pembelian tergolong sangat kuat karena berada antara skor 0,800-0,999. Kemudian diperoleh nilai t hitung 10,332 dimana t hitung $>$ t tabel (1.98472). Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel Lokasi terhadap variabel Keputusan Pembelian.

Dengan berdasarkan hipotesis 1, H_a yang berbunyi, “terdapat pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian” diterima dan terbukti kebenarannya.

5. Berdasarkan hasil olah data uji korelasi diketahui nilai korelasi *pearson* sebesar 0,699 dan nilai signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian tergolong kuat karena berada antara skor 0,600-0,799. Kemudian diperoleh nilai t hitung 5,116 dimana t hitung $>$ t tabel (1.98472). Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Produk terhadap variabel Keputusan Pembelian. Dengan berdasarkan hipotesis 2, H_a yang berbunyi, “terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian” diterima dan terbukti kebenarannya.
6. Dari uji korelasi berganda, diperoleh nilai signifikansi F *change* sebesar 0,000 dimana nilai tersebut $<$ 0,05. Maka variabel Lokasi (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) secara bersama-sama berhubungan dengan variabel Keputusan Pembelian (Y). Selanjutnya pada Uji F diperoleh hasil perhitungan menunjukkan bahwa F hitung = 150,290 dimana nilai F hitung $>$ F tabel (3,09), dengan nilai signifikan 0,000. Berdasarkan perhitungan tersebut, maka berdasarkan hipotesis 3, H_a dengan bunyi “terdapat pengaruh antara Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian” diterima dan terbukti kebenarannya. Kemudian, diperoleh hasil uji determinasi (R^2) sebesar 0,754 atau 75,4%. Hal ini menunjukkan bahwa Lokasi dan Kualitas Produk berpengaruh sebesar

75,4% terhadap Keputusan Pembelian varian coklat pada konsumen *Chocolata Café* Kediri tahun 2019. Sedangkan sisanya sebesar 24,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu Harga dan Promosi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti ingin menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat dijadikan masukan, yakni sebagai berikut:

1. Bagi *Chocolata Café* Kediri

Berdasarkan penelitian dapat diketahui bahwa Lokasi dan Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel Lokasi termasuk dalam kategori strategis dan Kualitas Produk termasuk dalam kategori baik dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian. Maka, peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk terus menjaga serta mengembangkan inovasi Lokasi dan Kualitas dari Produk *Chocolata Café* Kediri. Dengan demikian konsumen juga akan melakukan pembelian ulang di *Chocolata Café* Kediri dan produknya tidak kalah bersaing di pasar.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian. Karena pengaruh Lokasi dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian sebesar 75,4%, hal ini berarti masih terdapat variabel lain yang mungkin akan mempengaruhi Keputusan Pembelian. Peneliti

selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan mengambil sampel yang lebih banyak agar menghasilkan penelitian yang lebih baik.