

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Menurut pemaparan hasil pengolahan dan penganalisisan data yang dilakukan oleh peneliti dengan rumusan masalah pada penelitian ini terdapat kesimpulan antara lain:

1. Analisis data variabel produk, berdasarkan analisis data yang dilakukan oleh peneliti dengan bantuan SPSS 21 menghasilkan bahwa variabel produk (X1) Nasi Goreng Ala Café termasuk dalam kategori baik karena 228 responden atau 79,9% memilih kategori baik.
2. Analisis data variabel lokasi, menurut analisis dan perhitungan SPSS 21 yang dilakukan oleh peneliti variabel lokasi Nasi Goreng Ala Café memperoleh hasil 245 responden atau 82,8% menyatakan bahwa variabel lokasi tergolong dalam kategori baik.
3. Analisis data variabel keputusan pembelian, berdasarkan perhitungan dan analisis yang dilakukan peneliti pada variabel keputusan pembelian Nasi Goreng Ala Café menghasilkan 205 responden atau 77,1% menyatakan bahwa variabel keputusan pembelian tergolong dalam kategori baik.
4. Berdasarkan hasil penelitian yang terkumpul, variabel produk Nasi Goreng Ala Café berpengaruh terhadap keputusan pembelian Nasi Goreng Ala Café. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai korelasi variabel produk sebesar 0,616 dengan nilai sig (2-tailed) 000. Nilai

pearson correlation variabel produk berada diantara range 0,60 - 0,799 yang menunjukkan bahwa variabel produk mempunyai korelasi kuat.

5. Berdasarkan hasil penelitian yang terkumpul, variabel lokasi Nasi Goreng Ala Cafe berpengaruh terhadap keputusan pembelian Nasi Goreng Ala Cafe. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai korelasi variabel lokasi sebesar 0,688 dengan nilai sig (2-tailed) 000. Nilai pearson correlation variabel lokasi berada diantara range 0,60 - 0,799 yang menunjukkan bahwa variabel lokasi mempunyai korelasi yang kuat.
6. Berdasarkan hasil analisis uji korelasi, menunjukkan nilai R sebesar 0,729 yang berada pada interval 0,60 – 0,799 yang berarti tingkat korelasi kuat. Menurut R ini, dapat disimpulkan bahwa variabel produk (X1) dan variabel lokasi secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Kemudian dilihat dari hasil uji regresi linier berganda di tabel 4.24 yang menghasilkan persamaan regresi $Y = 15.879 + 0,318 X1 + 0,458 X2$. Hasil koefisien determinasi R square sebesar 0,531 atau 53,1%. Maksud dari pernyataan tersebut adalah variabel produk (X1) dan variabel lokasi (X2) mempunyai pengaruh sebesar 53,1% terhadap variabel keputusan pembelian Nasi Goreng Ala Cafe dan sisanya 46,9% dipengaruhi oleh variabel lain promosi (*promotion*) dan harga (*price*).

B. Saran

Menurut penjabaran hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, ada beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan:

1. Bagi pemilik usaha

- a. Dari hasil penelitian, dapat diketahui bahwa produk memperoleh hasil bahwa ada pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Nasi Goreng Ala Café. Hasil tersebut membuat peneliti ingin menyarankan bahwa Nasi Goreng Ala Café harus menjaga kualitas rasa, bahan, dan penyajian makanan agar mendapat pelanggan yang loyal dan lebih banyak lagi.
- b. Untuk lokasi, juga mempunyai pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap keputusan pembelian Nasi Goreng Ala Cafe di Dinasti Swalayan. Selain berpengaruh kuat, lokasi juga tergolong dalam lokasi yang baik berdasarkan hasil dari kategorisasi variabel yang dilakukan peneliti. Berdasarkan hal tersebut, peneliti memberi saran untuk lokasi lebih diperluas dan di beri hiasan agar memberikan kenyamanan bagi pelanggan. Jika pelanggan merasa nyaman bisa meningkatkan omzet penjualan.

2. Bagi peneliti

Untuk peneliti selanjutnya, peneliti bisa menggunakan factor bauran pemasaran yang lain sebab factor produk dan lokasi memiliki kontribusi 53,1% dan dapat disimpulkan masih ada faktor lainnya yang mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian Nasi Goreng Ala

Café. Diharapkan peneliti selanjutnya mampu mengumpulkan data yang lebih baik lagi guna memperoleh hasil penelitian yang baik.