

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian dan analisis data yang diperoleh maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Dari hasil uji F (simultan) variabel faktor lokasi, faktor produk, faktor harga, dan faktor pelayanan konsumen, memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Besarnya *adjusted R²* yang diperoleh sebesar 0,533. Hal ini berarti 53,3% keputusan pembelian di Kopma Padang Bulan UIN Maliki Malang dipengaruhi oleh lokasi, produk, harga, pelayanan konsumen, sedangkan sisanya yaitu 46,7 % keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- b. Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel faktor lokasi menunjukkan nilai $t = 3,740 > t_{\text{tabel}} 1,9850$ atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0,01 < 0,05$), nilai t untuk variabel faktor produk menunjukkan nilai $t = 2,422 > t_{\text{tabel}} 1,9850$ atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0,017 < 0,05$), nilai t untuk variabel harga nilai $t = 4,069 > t_{\text{tabel}} 1,9850$ atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0,000 < 0,05$), nilai t untuk variabel faktor pelayanan konsumen menunjukkan nilai $t = 2,015 > t_{\text{tabel}} 1,9850$ atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0,013 < 0,05$). Hal ini

menunjukkan bahwa variabel faktor lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

- c. Dari nilai beta dapat diketahui bahwa diantara kelima variabel bebas yaitu faktor lokasi, faktor produk, faktor harga, faktor pelayanan konsumen, dan faktor fasilitas fisik yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah variabel lokasi dengan nilai beta sebesar 0,346. Hal ini menunjukkan bahwasanya faktor yang dominan mempengaruhi konsumen untuk berbelanja di Kopma Padang Bulan UIN Maliki Malang adalah dikarenakan letak Kopma Padang Bulan UIN Maliki Malang yang strategis.

5.2 Saran

- a. Bagi pihak Kopma Padang Bulan UIN Maliki Malang untuk menambah barang-barang ataupun produk yang dibutuhkan oleh konsumen yang selama ini belum ada, harga yang harus bersaing dengan kompetitor lain, meningkatkan sumber daya manusia agar pelayanan konsumen dapat semakin baik, yang ada seperti bangunan, tata letak dan ruangan di Kopma Padang Bulan UIN Maliki Malang.
- b. Bagi penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel independen lainnya selain faktor lokasi, faktor produk, faktor harga, faktor pelayanan konsumen, yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen (keputusan pembelian). Hal ini karena masih ada variabel-variabel independen lain di luar penelitian ini yang kemungkinan bisa mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen.