

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh lokasi, harga dan promosi terhadap minat beli konsumen dalam berbelanja di Alfamart merapi subur dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi (X1) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $-1,110$ dan nilai t_{tabel} $1,980$ dengan nilai signifikansi $= 0,269 > 0,05$. Ini berarti bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen sehingga hipotesis pertama ditolak.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga (X2) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $8,808$ dan nilai t_{tabel} $1,980$ dengan nilai signifikansi $= 0,000$ lebih kecil dari $0,05$ ini berarti bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen sehingga hipotesis kedua diterima.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi (X3) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $-0,832$ dan nilai t_{tabel} $1,980$ dengan nilai signifikansi $= 0,000$ lebih kecil dari $0,05$ ini berarti bahwa variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen sehingga hipotesis kedua ditolak.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi (X1) harga (X2) dan promosi (X3) mempunyai nilai F_{hitung} sebesar $26,986 > 3,07$ dengan nilai signifikansi $= 0,000$ lebih kecil dari $0,05$ ini berarti bahwa variabel lokasi, harga dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli

konsumen. Maka dapat ditarik kesimpulan variabel harga dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen sehingga hipotesis keempat diterima.

5. Menunjukkan hasil uji koefisien determinasi R^2 memiliki nilai sebesar 0,641. Ini berarti persentase sumbangan variabel X1 (lokasi) X2 (harga) dan X3 (promosi) dalam model regresi sebesar 64,1%. Atau variasi variabel Y(minat beli) dapat dijelaskan oleh variabel X1 (lokasi) X2 (harga) dan X3 (promosi) sebesar 64,1% sedangkan sisanya sebanyak 35,9% dipengaruhi variabel lain.

5.2. Saran

Dari hasil penelitian dan berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran untuk peneliti selanjutnya adalah:

1. Lokasi yang diberikan kepada konsumen hendaknya lebih disesuaikan lagi dengan lingkungan yang berada ditempat tersebut. Oleh karena itu penulis memberi saran kepada pusat berbelanja di Alfamart merapi subur agar menyesuaikan tempat yang strategis sehingga dapat dijangkau para pelanggan.
2. Harga yang diberikan kepada konsumen hendaknya lebih disesuaikan lagi dengan tingkat pendapatan konsumen itu sendiri. Oleh karena itu penulis memberi saran kepada pusat berbelanja di Alfamart merapi subur agar menyesuaikan harga pendapatan konsumen. Penulis juga berharap kepada peneliti selanjutnya dapat mengembangkan variabel-variabel lain yang

belum diteliti oleh penulis yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Karena masih banyak lagi variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

3. Promosi yang diberikan kepada konsumen sebaiknya lebih baik lagi untuk dapat menarik perhatian konsumen, serta dipertimbangkan lagi sehingga konsumen semakin banyak untuk berbelanja di Alfamart merapi subur dan para calon konsumen tidak ada niat untuk memilih pusat berbelanja yang lain.
4. Penulis juga berharap kepada peneliti selanjutnya dapat mengembangkan variabel-variabel lain yang belum diteliti oleh penulis yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Karena masih banyak lagi variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen.