

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Kecamatan Sekupang Batam mengenai lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian PT. Sumber Alfaria Trijaya Kecamatan Sekupang Batam artinya Bahwa lokasi merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Kecamatan Sekupang Batam, Setiap pandangan tentang rumah dan letak rumah tergantung dengan selera dan kebutuhan konsumen masing-masing. Dalam hal ini dapat dilihat dari strategisnya lokasi perusahaan, akses transportasi dan beragam lainnya.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian PT. Sumber Alfaria Trijaya Kecamatan Sekupang Batam artinya bahwa harga merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian PT. Sumber Alfaria Trijaya Kecamatan Sekupang Batam. Harga merupakan suatu hal yang sangat penting diperhatikan, karena harga yang stabil akan mempengaruhi minat pelanggan dalam keputusan pembelian.

3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian PT. Sumber Alfaria Trijaya Kecamatan Sekupang Batam artinya bahwa harga merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian PT. Sumber Alfaria Trijaya Kecamatan Sekupang Batam.

5.2. Saran

Adapun saran yang penulis ajukan dalam penelitian ini antara lain:

1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa lokasi memiliki nilai terendah dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Perusahaan hendaknya mempertimbangkan letak, strategisnya lokasi, dan akses transportasi agar mudah dijangkau oleh pembeli karena tinjauan akan lokasi ini dapat mempengaruhi calon konsumen terhadap keputusan pembelian.
2. Diharapkan pihak PT. Sumber Alfaria Trijaya Kecamatan Sekupang Batam dalam menentukan lokasi harus cermat dan mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat bagi para konsumen antara lain: akses, visibilitas, tempat parkir yang luas dan aman, ekspansi, dan lingkungan.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini diperlukan untuk meningkatkan akurasi hasil yang diperoleh dimasa yang akan datang dapat lebih sempurna dari penelitian ini.