

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Menurut temuan uji regresi linier berganda, variabel kualitas produk, harga, dan lokasi semuanya memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel keputusan pembelian. Nilai variabel promosi berpengaruh negatif pada variabel keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), dapat disimpulkan bahwa terdapat 2 variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu:

1. Variabel kualitas produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian yang ditunjukkan dengan nilai thitung $2,845 > t_{tabel} 2,06390$ dan tingkat signifikansi $0,009 < 0,05$. Jadi, H1 diterima.
2. H3 diterima karena terlihat bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian dengan tingkat signifikansi $0,013 < 0,05$ dan thitung $2,663 > t_{tabel} 2,06390$.

5.2. Saran

Depot air minum di Kota Batam dapat memanfaatkan rekomendasi dari peneliti sebagai berikut:

- 1) Menurut penelitian ini, faktor seperti lokasi dan kualitas produk berdampak besar pada pilihan pembelian konsumen. Penulis menyarankan depot air

minum yang ada di Kota Batam untuk menjaga kualitas produk air yang dijual dalam bentuk galon isi ulang dan memilih lokasi depot yang menguntungkan.

- 2) Jika upaya promosi kembali digencarkan untuk menyadarkan masyarakat akan barang yang ditawarkan, diharapkan akan lebih berhasil dan meningkatkan harga di masa mendatang. Harga dan upaya promosi sangat penting untuk meningkatkan penjualan.