

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian yang berjudul “pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi di Nusamart sampang), maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan (X1) secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) di Nusamart Sampang. Dengan hasil regresi diperoleh nilai t hitung sebesar (4,418) dan t tabel (1,658) atau sig $\alpha = 0,005$ berada dibawah 0,05.
2. Lokasi (X2) secara Parsial memiliki pengaruh Keputusan Pembelian (Y) di Nusamart Sampang. Dengan hasil regresi diperoleh nilai t hitung sebesar (2,903) dan t tabel (1,658) atau sig $\alpha = 0,032$ berada dibawah 0,05.
3. Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) secara simultan memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Nusamart Sampang. Dengan hasil regresi diperoleh nilai F hitung sebesar (4,770) dan F tabel (3.05) atau sig = 0,009 berada dibawah 0,05.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka saran yang dapat diberikan penulis untuk dapat dijadikan pertimbangan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Nusamart Sampang, yang berarti bahwa saat indikator-indikator daripada kualitas pelayanan ditingkatkan maka keputusan pembelian akan meningkat. Nusamart sampang agar selalu meningkatkan Kualitas pelayanan sebagaimana indicator yang penulis teliti yaitu (Bukti Fisik / Berwujud, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Empati). Dari hasil penelitian didapati bahwa indicator Bukti Fisik/ Berwujud dan ketanggapan memiliki nilai lebih sedikit dibandingkan dengan yang lain, maka pihak Nusamart sampang hendaknya meningkatkan Bukti Fisik/ Berwujud dan ketanggapan terhadap konsumen agar dapat meningkatkan keputusan pembelian.
2. Lokasi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Nusamart Sampang, yang berarti bahwa saat indikator-indikator daripada Lokasi ditingkatkan maka keputusan pembelian akan meningkat. Nusamart sampang agar selalu meningkatkan Lokasi sebagaimana indicator yang penulis teliti yaitu (Akses, Vasibilitas, Lalu (*Traffic*), Fasilitas parkir dan Ekspansi). Dari hasil penelitian didapati bahwa indicator Fasilitas parkir dan Ekspansi memiliki nilai lebih sedikit dibandingkan dengan yang lain, maka pihak

Nusamart sampang hendaknya meningkatkan Fasilitas perparkiran dan Ekspansi terhadap konsumen agar dapat meningkatkan keputusan pembelian.

C. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil uji R^2 , Kualitas Pelayanan dan Lokasi mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 66,7% sedangkan sisanya sebesar 33,3% dipengaruhi oleh variable lain seperti Harga, Promosi, Kualitas Produk, dan variable lainnya