

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari rumusan masalah, hipotesis dan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penelitian yang berjudul “Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Ketje Antasari ”. Berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode regresi linier sederhana, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis koefisien determinasi (R^2)

Hasil uji r square nilai koefisien determinasi (R^2) didapatkan sebesar 0,78. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel lokasi terhadap variabel keputusan pembelian di Kopi Ketje Antasari sebesar 7,8% dan sisanya 92,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Uji t

Dari hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Lokasi terhadap keputusan pembelian di kopi ketje antasari. Artinya semakin baik dalam pemilihan lokasi usaha maka akan semakin banyak konsumen yang melakukan keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai pada hasil Uji T yang menunjukkan

bahwa $t_{hitung} 2,873 > t_{tabel} 1,984$ dengan tingkat kesalahan (signifikansi) sebesar 0,05 (5%). Maka dapat dibuktikan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga terdapat pengaruh lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Ketje Antasari secara positif dan signifikan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka penulis menyadari masih terdapat banyak keterbatasan dan kekeliruan yang ada dalam penelitian ini. Namun dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat. Maka penulis merekomendasikan saran dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi kopi ketje

Meningkatkan kesadaran pegawai akan kebersihan dan keamanan lingkungan kopi ketje agar konsumen kopi ketje memilih untuk kembali lagi berbelanja.

2. Bagi kelimuan

Memperbaiki kualitas rasa agar terasa pas di lidah konsumen sebagai acuan atau bahan masukan untuk dikembangkan dalam melakukan penelitian lebih lanjut.