# BAB V

**KESIMPULAN DAN SARAN**

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji oleh peneliti serta perhitungan dan pembahasan pada penelitian ini yang berjudul Pengaruh Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Vape pada Toko Raja Vape Lampung. Maka dari itu peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam perhitungan uji T atau secara parsial dapat menjelaskan bahwa Promosi (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Vape di Toko Raja Vape Lampung.
2. Dalam perhitungan uji T atau secara parsial dapat menjelaskan bahwa lokasi berpengaruh sigifikan terhadap keputusan pembelian Vape di Toko Raja Vape Lampung.
3. Pada hasil uji F (simultan) variabel Promosi (X1) dan Lokasi (X2) secara simultan dapat menjelaskan bahwa variabel Promosi (X1) dan Lokasi (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Pada hasil uji koefisien determinasi R2 dapat menjelaskan bahwa nilai R square sebesar 0,624 menunjukan bahwa promosi dan lokasi mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 62,4%.

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan seorang peneliti harus mampu memberikan sesuatu yang berguna ataupun bermanfaat bagi perkembangan instansi atau lembaga, komunitas serta semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini. Maka peneliti memberikan saran pada penelitian yang berjudul pengaruh “Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Vape di Toko Raja Vape Lampung” sebagai berikut:

1. Bagi Toko Raja Vape Lampung
2. Pada peryataan variabel Promosi butir pertama yang mendapatkan nilai terendah yaitu Sering melihat iklan promosi produk Raja Vape di media sosial instagram, dengan nilai yang didapat setelah melakukan penelitian 3,48 sehingga peneliti memberikan saran bagi pengelola toko agar dapat lebih sering untuk selalu melakukan promosi serta memotivasi pelanggan dengan menawarkan diskon, bundle, atau penawaran khusus. Hal ini dapat mendorong pelanggan baru untuk mencoba produk Raja Vape dan membuat pelanggan dating kembali.
3. Pada peryataan variabel Lokasi butir keempat yang mendapatkan nilai terendah yaitu Raja Vape memiliki lahan yang cukup luas apabila terjadi perluasan di kemudian hari, dengan nikai yang didapat 3,69 sehingga peneliti memberikan saran bagi pengelola toko untuk dapat lebih mempertimbangkan lagi untuk di kemudian hari agar lokasi bisnis dapat di perluas serta fasilitas pendukung lainya agar semakin mudah untuk pelanggan dapat mengunjungi toko, hal ini akan menyebabkan semakin tingga potensi pertumbuhan bisnis.
4. Pada peryataan variabel Keputusan Pembelian butir pertama yang mendapatkan nilai terendah yaitu Membeli produk di Raja Vape karena merasa butuh dan meras perlu melakukan pembelian, dengan nilai yang di dapat 3,74 sehingga peneliti memberikan saran bagi pengelola toko untuk bisa lebih meyakinkan pelanggan/konsumen yang ingin membeli produk yang di jual, agar konsumen merasa lebih yakin dengan pilihan produk Raja Vape sehingga konsumen merasa yakin dan memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian.
5. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, dari hasil R Square pada penelitian ini sebesar 37,5% yang di pengaruhi oleh faktor-faktor lain. Maka sebaiknya penelitian selanjutnya menggunakan variabel lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, menambahkan variabel-variabel lainnya yang berkaitan dengan promosi lokasi dan dapat memperluas ruang lingkup penelitian atau mencoba daerah lain, menambah jumlah sampel dan menerapkan teknik sampel yang berbeda dengan harapan dapat menghasilkan temuan baru yang lebih bermanfaat bagi praktisi, khususnya yang bergerak di bidang bisni.