BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya serta pembahasan yang disertai dengan teori-teori yang mendukung mengenai Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Manapa Cililin Kabupaten Bandung Barat, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan tanggapan konsumen, Lokasi berada pada kategori strategis.
2. Berdasarkan tanggapan konsumen, Harga berada pada kategori sesuai
3. Berdasarkan tanggapan konsumen, Keputusan Pembelian Konsumen berada pada kategori baik.
4. Hasil pengujian hipotesis secara simultan menunjukan bahwa variable Lokasi dan Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 0,681 atau sekitar 68,1%. Pengujian hipotesis secara parsial menunjukan pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen adalah sebesar 57,6% dan pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen adalah sebesar 10,5%. Maka pengujian hipotesis secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan.

5.2 Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan pembelian konsumen pada Konsumen Rumah Makan Manapa, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh:

1. Perusahaan dapat mengevaluasi kembali lokasi Rumah Makan Manapa, sehingga mendapatkan hasil apakah Lokasi tersebut perlu dipertahankan atau harus memilih Lokasi yang baru sesuai dengan asumsi biaya yang mencukupi dengan Lokasi yang dapat dengan mudah di ketemukan konsumen. Hal ini didasarkan pada hasil uji statistik variabel Lokasi, walaupun hasilnya signifikan, namun terdapat hal yang harus ditingkatkan khususnya pada keterjangkauan dan kedekatan dengan tempat kegiatan dari Lokasi yang diinginkan oleh konsumen, dengan kriteria cukup terjangkau dan cukup dekat, mengingat masih adanya penilaian kurang setuju dari konsumen karena masih ada kriteria di atas cukup terjangkau dan cukup dekat yaitu sangat terjangkau dan sangat dekat.
2. Tanggapan konsumen mengenai harga yang ditawarkan Rumah Makan Manapa sudah menarik, dengan harga sesuai dengan kualitas produk yang cukup diminati konsumen, akan tetapi Rumah Makan Manapa masih masih kalah dengan harga pesaingnya. Namun hal tersebut tidak dipandang positif oleh semua pelanggannya. Sehingga disarankan agar Rumah Makan Manapa

lebih memperhatikan penetapan harga agar dapat lebih dijangkau oleh para pelangganya.

3. Keputusan pembelian konsumen Rumah Makan Manapa cukup baik, terlihat dari hasil penelitian dengan indikator perilaku setelah pembelian, dimana pada item skor pernyataan akan merekomendasikan kepada orang lain untuk mengajak membeli di Rumah Makan Manapa dengan hasil sangat bersedia. Namun hal ini tidak didukung dengan indikator evaluasi alternative karena hasil skor pernyataan sebagai alternative utama kebutuhan konsumen yang tidak memprioritaskan, sehingga diharapkan Rumah Makan Manapa dapat meningkatkan lokasi dan menetapkan harga yang terjangkau agar dapat menjadi alternative utama bagi konsumen.
4. Rumah Makan Manapa di harapkan mampu lebih meningkatkan lokasi dan harga yang telah signifikan dengan memanfaatkan keputusan pembelian konsumen, dengan cara meningkatkan kualitas produk dan promosi, diharapkan dapat membantu meningkatkan keputusan pembelian konsumen yang mempengaruhi Rumah Makan Manapa agar lebih baik.