

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan bahwa lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,677 menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian dipasar jajan kota Gorontalo. Lokasi secara efektif dan efisien mempunyai pengaruh yang nyata terhadap Keputusan Pembelian. Selanjutnya dalam perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 0,459 atau 45,9% variabilitas mengenai Keputusan Pembelian, sedangkan sisanya sebesar 54,1% dipengaruhi oleh variabel lain seperti kualitas produk, harga, hieginitas dan lain-lain yang tidak terdapat pada model.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan:

Agar kiranya pihak pemerintah Kota Gorontalo dapat kembali merespon tentang pentingnya lokasi pasar jajan ini karena dapat membentuk opini konsumen menyangkut pasar jajan itu sendiri. Penelitian ini kiranya perlu mendapat perhatian bagi kalangan akademisi dan perusahaan yang bergerak dalam pemasaran UKM sekiranya dapat memberikan masukan baru tentang pentingnyalokasi usaha yang merupakan sebuah jaminan akan keberlanjutan suatu usaha khususnya UKM. Penelitian ini akan lebih baik jika ditambahkan variabel-variabel pendukung yang diperoleh dari penelitian-penelitian dan referensi yang lain yang memungkinkan untuk menambah variabel yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian seperti: Promosi, Produksi, Harga, dan lain-lain. Kiranya waktu yang dipakai dalam menyusun penelitian lebih lama dan dapat diberikan kesempatan untuk melihat lingkup perusahaan yang lebih luas sehingga hasil penelitian yang diperoleh akan lebih maksimal.