

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil Pengujian menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli.
2. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,767 menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli
3. Lokasi secara efektif dan efisien mempunyai pengaruh yang nyata terhadap minat beli. Hal ini dinyatakan dengan persamaan regresi. Selanjutnya dalam perhitungan koefisien determinasi menunjukan bahwa sebesar 0,588 atau 58,8% variabilitas mengenai minat beli pada warung makan Barcelona dapat dipengaruhi oleh lokasi, sedangkan sisanya sebesar 0,412 atau 41,2% dipengaruhi oleh variabel lain seperti kualitas produk, model, harga dan lain-lain yang tidak terdapat pada model.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyarankan:

1. Agar kiranya pihak Warung makan Barcelona dapat kembali merespon tentang pentingnya lokasi usaha karena opini konsumen menyangkut minat beli dapat diawali dengan mudah dijangkaunya lokasi usaha.
2. Penelitian ini kiranya perlu mendapat perhatian bagi kalangan akademisi dan perusahaan yang bergerak dalam pemasaran produk sejenis sekiranya dapat lebih memperhatikan lokasi usaha mengingat dengan lokasi yang baik dapat memungkinkan konsumen menjangkau usaha dimaksud..
3. 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 minat beli seperti: Promosi, Produksi, Harga, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, I. V. W. 2015. Pengaruh store atmosfer dan lokasi Terhadap Minat beli (Studi kasus Pada Distro koffin store yogyakarta).
- Adiba. 2016. Pengaruh Susana took dan lokasi terhadap minat beli konsumen pada took aurora shop samarinda. eJournal Administrasi Bisnis. 2016, 4(3): 670-682 ISSN 23555408. ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id © Copyright 2016
- Alma, Buchari. 2004. Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Bandung: Alfabeta.
- Andreti, J., Zhafira, N. H., Akmal, S. S., & Kumar, S. (2013). The analysis of product, price, place, promotion and service quality on customers' buying decision of convenience store: A survey of young adult in Bekasi, West Java, Indonesia. *International Journal of Advances in Management and Economics*, 2(6), 72-78.
- Ashari, A. (2012). Pengaruh promosi penjualan pakaian wanita di group blackberry messenger terhadap minat beli mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Hasanudin. Skripsi, Universitas Hasanudin, Makasar.
- Astuti, Sri Rahayu Tri. (2010). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. Skripsi
- Dharma, Agus. 2003. Manajemen Supervisi. Cetakan Kelima. Jakarta: Raja Grafindo Prasad.
- Durianto, D. dan C. Liana . (2004). Analisa efektivitas iklan televisi softener soft & fresh di Jakarta dan sekitarnya dengan menggunakan konsumen decision model, *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Vol.11 (no.1): 35-55 Dipublikasikan
- Engel, James F., Blackwell, Roger D., Miniard, Paul W.. 1995 *Consumer Behavior*. Alih Bahasa: Budiyan, Jilid1 Dan Jilid 2. Jakarta: Bina Rupa Aksara.

- Engel, James F, Blackwell, Roger D, and Miniard, Paul W. (2005),
Perilaku Konsumen, Terjemahan Budiyanto. Jakarta: Binarupa
Aksara.
- Ghozali, Imam. 2013. Analisis multivariate dengan program SPSS 21.
Edisi 7. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Heizer, Jay. & Barry. Render. (2006). Manajemen Operasi, Edisi tujuh,
Jakarta : Salemba Empat.
- Ferdinand, Augusty. 2002. Structural Equation Modelling dalam Penelitian
Manajemen. Semarang: FE UNDIP.
- Hidayat, Elita, Setiawan. (2012). Hubungan Antara Atribut Produk Dengan
Minat Beli Konsumen. Universitas Padjajaran. Vol 1. No 1
- Kotler, Philip. 2005 Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas. Jilid 2. Edisi
Bahasa Indonesia. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Kotler, Philip. 2006. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Kesebelas. Jakarta:
PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001. Prinsip-Prinsip pemasaran. Jilid
Pertama. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2007. Manajemen pemasaran. Edisi
Keduabelas. Jakarta: PT Indeks.
- Lupioyadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba
Empat.
- Meldarianda, Resti., Lisan, H.S. (2010). Pengaruh Store Atmosphere
terhadap Minat Beli Konsumen pada Café Atmosphere Bandung,
Vol17 (2), Hal 97-108.
- Mowen. 1995. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nugroho, Marnodan Ratih Paramitha, (2009), "Analisis Pengaruh Lokasi,
Keanekaragaman Barang Terhadap Keputusan Berbelanja Dan
Loyalitas Konsumen di Carrefour Semarang", Jurnal Ekonomi dan
Bisnis, Januari, Vol 10, No.1.
- Peter j. Paul, Olson Jerry C. 1999. Perilaku Konsumen Dan Strategi
Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

- Priandanu, F.R. 2012. Pengaruh Selebriti Endser Terhadap Minat Beli Yang Dimediasi Oleh Sikap Beli. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Putra, N.E. 2011. Analisis Pengaruh Lkasi Dan Merchandise Terhadap Minat Beli Konsumen di Wadezig distro Kota Padang. Skripsi. Padang: Universitas Andalas.
- Schiffman, Leon G. dan Kanuk, Lazar. 2006 cnsumer Behavior. Edisi Ketujuh. Jakarta: PT Indeks.
- Sekaran, Uma. 2011 Metode Penelitian Bisnis. Edisi @. Jakarta: Salempa Empat.
- Sugiono. 2010. Metode penelitian Binis. Bandung: CV Alfabeta.
- Sutisna. 2001. Perilaku dan Komunikasi Pemasaran. Jilid Pertama. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Swastha, Basu. 2002. Manajemen pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty
- Swastha, Basu dan Irawan. 2005. Manajemn Pemasaran Modern. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Taufik Hidayat. 2012. Buku pintar Investasi. Jakarta: Media Kita.
- Tjiptono, Fandi.1996. Pemasaran Jasa, Malang: Banyumedia, Publishing.
- Trisnawati, Indah Nur. 2015. pengaruh pelayanan dan lokasi terhadap minat pelanggan di bengkel cahaya timur semarang.
- Wibawa, Bangun Adi 2015. Pengaruh suasana toko, promosi dan lokasi terhadap minat beli di planet distro kota banjarnegara.
- Yoestini dan Sheila Eva. 2007. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. Vol VI (No.3), P261-p276.