

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Setiap indikator yang berisi pernyataan-pernyataan yang mewakili variabel penelitian yakni Lokasi dan keputusan pembelian di TPI Pohe memiliki keandalan instrumen yang baik, dan jawaban yang konsisten dari responden.
2. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel Lokasi (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan melihat hasil koefisien regresi dimana t hitung lebih besar dari t tabel, sehingga hipotesis yang disusun telah *terbukti dan diterima*. Variabel Lokasi memiliki pengaruh sebesar 22,9% terhadap keputusan pembelian, sementara selebihnya sebesar 77,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
3. Penelitian ini membuktikan bahwa semakin baik indikator variabel lokasi seperti akses, visibilitas, lalu lintas, lingkungan, maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen di TPI Pohe.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, peneliti menyarankan:

1. Agar Pemerintah Kota Gorontalo sebagai pengelola TPI Pohe dapat memfokuskan kegiatannya dalam hal peningkatan indikator lokasi TPI seperti Akses, Visibilitas, Lalu lintas, Lingkungan, dan lain sebagainya, untuk menjamin keputusan pembelian masyarakat atau konsumen.
2. Penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi dan referensi, baik bagi pemerintah, akademisi, dan pihak lainnya, yang membahas praktek manajemen pemasaran khususnya menyangkut Lokasi dan keputusan pembelian.
3. Kiranya penelitian ini dapat dijadikan acuan/ referensi bagi pihak lain untuk dapat menambah faktor atau variabel lainnya dan menguji pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Antari Kadek Ria Mariska, Dunia Ketut, Indrayani Luh. 2014. *Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Berbelanja pada Mini Market Sastra Mas Tabanan*. Ejournal Undiksha. Vol.4 No.1
- Armalinda, Chintya. 2016. *Pengaruh Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Minimarket Lulu Mart di Samarinda*. eJournal Ilmu Administrasi Bisnis, Volume 4, Nomor 2
- Alma Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta : Bandung
- Alma Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta : Bandung
- Afra Wibowo. 2013. *Manajemen Kinerja*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Antyandika, Bonafentura. 2012. *Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk, Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Wong Art Bakeri dan Cafe Semarang)*
- Akhmad. J. 1996. *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen Warung Lesehan di Jalan Protokol Yogyakarta. Jurnal STIE Widya Wiwaha*.
- Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta: Bandung
- Basu Swasta Darmesta, T. Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran. Analisa Perilaku Konsumen. Edisi Pertama Cetakan Ketiga BPFE. Yogyakarta*
- Basu Swastha, 2008, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Liberty, Yogyakarta.

- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi Keempat*. Penerbit Universitas Diponegoro. International, Inc, New Jersey
- Gazali. 2010. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Rajawali Pres Citra Niaga Buku Perguruan Tinggi. Jakarta Kuncoro*
- Harris, Abdurahman. 2014. *Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di My Minimarket Sungailiat*. Jurnal IJBE
- Heizer Jay dan Barry Rander. 2006. *Operations Manajemen Buku 2 Edisi Ketujuh*. Penerbit Salemba 4
- Heizer, Render. 2009. *Manajemen Operasi*, Buku 1 edisi 9. Jakarta : Salemba 4
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Amstrong. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Macana Jaya Cemerlang
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas Erlangga Jakarta.
- Kotler & Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid I. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Lamb, W Hair, Inc, Daniel, Cart. 2001. *Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat
- Lamb dan Carl. 2001. *Pemasaran* Edisi. Pertama, Salemba Empat, Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat, dan Hamdani A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa. Teori dan Praktek*, Edisi Pertama.
- Lupiyoadi. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta

- Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : andy offset
- Tjiptono. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : andy offset
- Fandy Tjiptono. 2006. *Manajemen Jasa Edisi Pertama*. Yogyakarta
- Swasta dan Irawan. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Cetakan Ketujuh. Yogyakarta. Liberty
- Swasta dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Cetakan Ketujuh. Yogyakarta. Liberty
- Swasta dan Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran. Analisa Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama Cetakan Ketiga BPFE. Yogyakarta.
- Schiffman dan Kanuk, Amelia. 2004. “*Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita*”. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 1, No. 2.
- Sofjan Assauri. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta Rajawali Pres.
- Swasta, Basu dan Handoko, Hani. 2010. *Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen* jilid 2. Yogyakarta: BPFE
- Terry George R. 1989. *Prinsip-prinsip Manajemen*. Bumi Aksara : Jakarta.