

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Kualitas Produk dan Lokasi dengan Keputusan Pembelian

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kualitas produk dan lokasi dengan keputusan pembelian di Hokben Arion *Mall* Rawamangun pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y} = 10,568 + 0,468 X_1 + 0,302 X_2$.

Koefisien kualitas produk (X_1) dan lokasi (X_2) bernilai positif artinya terdapat hubungan antara kualitas produk dan lokasi dengan keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung kualitas produk dan lokasi bernilai positif sebesar 6,335 dan 3,379. Hasil statistik uji t untuk variabel kualitas produk dan lokasi diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dan 0,001 yang berada di bawah 0,05 (tingkat signifikansi $\alpha=5\%$), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan lokasi berhubungan positif dengan keputusan pembelian.

Kualitas produk dan lokasi untuk menjelaskan keputusan pembelian di Hokben Arion *Mall* Rawamangun pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta secara simultan yaitu 48,9% sedangkan 51,1% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

2. Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian

Terdapat hubungan yang positif antara kualitas produk dengan keputusan pembelian di Hokben Arion Mall Rawamangun pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y}=13,886 + 0,605 X_1$.

Hal tersebut berarti jika kualitas produk (X_1) nilainya 0, maka keputusan pembelian (Y) mempunyai nilai sebesar 22,976. Nilai koefisien X_1 sebesar 0,416 yang berarti apabila kualitas produk (X_1) mengalami peningkatan sebesar 1 poin maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,614 pada konstanta sebesar 22,976.

Koefisien X_1 bernilai positif artinya terdapat pengaruh kualitas produk dengan keputusan pembelian. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat kualitas produk maka semakin meningkat pula keputusan pembelian. Keputusan pembelian ditentukan oleh kualitas produk sebesar yaitu 43,7% sedangkan 56,3% sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

3. Lokasi dengan Keputusan Pembelian

Terdapat hubungan yang positif antara lokasi dengan keputusan pembelian di Hokben Arion *Mall* Rawamangun pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y}=22,976 + 0,614 X_2$.

Hal tersebut berarti jika lokasi (X_2) nilainya 0, maka keputusan pembelian (Y) mempunyai nilai sebesar 22,976. Nilai koefisien X_2 sebesar 0,614 yang berarti apabila lokasi (X_2) mengalami peningkatan sebesar 1 poin

maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,614 pada konstanta sebesar 22,976.

Koefisien X_2 bernilai positif artinya terdapat pengaruh lokasi dengan keputusan pembelian. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat lokasi maka semakin meningkat pula keputusan pembelian. Keputusan pembelian ditentukan oleh lokasi sebesar 30,6% sedangkan 69,4% sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

B. Implikasi

1. Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kualitas produk dengan keputusan pembelian di Hokben Arion *Mall* Rawamangun pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data, pada variabel kualitas produk terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah tidak mudah rusak sebesar 15%. Sedangkan, indikator yang memiliki skor terendah yaitu indikator kesopanan dan tampilan produk sebesar 9%.

Implikasi dari penelitian ini, yaitu keputusan pembelian Hokben Arion *Mall* Rawamangun dapat dicapai dengan maksimal apabila kualitas produknya ditingkatkan dengan baik.

2. Lokasi dengan Keputusan Pembelian

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara lokasi dengan keputusan pembelian di Hokben Arion *Mall* Rawamangun pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa lokasi merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data, pada variabel kualitas produk terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator akses dan jarak penglihatan sebesar 22%. Sedangkan, indikator yang memiliki skor terendah yaitu indikator lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, dan pelengkap sebesar 14%.

Implikasi dari penelitian ini, yaitu Hokben Arion *Mall* Rawamangun dapat meningkatkan lokasi untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian. Dengan adanya lokasi yang strategis, akan mencapai tujuan keputusan pembelian yang maksimal dan lebih baik lagi.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang telah dikemukakan di atas maka peneliti memiliki beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat dalam meningkatkan keputusan pembelian di Hokben Arion *Mall* Rawamangun pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta antara lain:

1. Diketahui pada variabel keputusan pembelian terlihat bahwa indikator yang memiliki skor terendah yaitu indikator memilih di antara dua alternatif atau lebih sebesar 9%. Hal yang perlu dilakukan oleh pihak Hokben Arion *Mall* Rawamangun adalah dengan menaruh perhatian lebih besar pada indikator yang rendah dan melakukan perbaikan-perbaikan untuk ke depannya, yaitu indikator memilih di antara dua alternatif atau lebih.
2. Diketahui pada variabel kualitas produk terlihat bahwa indikator yang memiliki skor terendah yaitu indikator kesopanan dan tampilan produk sebesar 9%. Hal yang perlu dilakukan oleh pihak Hokben Arion *Mall* Rawamangun adalah dengan menaruh perhatian lebih besar pada indikator yang rendah dan melakukan perbaikan-perbaikan untuk ke depannya, yaitu indikator kesopanan dan tampilan produk. Selain itu, Hokben Arion *Mall* Rawamangun juga harus tetap mempertahankan indikator yang mempunyai skor tertinggi yaitu tidak mudah rusak, sehingga keputusan pembelian dapat terwujud dengan maksimal.

3. Diketahui pada variabel lokasi, indikator yang memiliki skor terendah yaitu indikator lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, dan pelengkap sebesar 14%. Hal yang perlu dilakukan oleh pihak Hokben Arion *Mall* Rawamangun adalah dengan menaruh perhatian lebih besar pada indikator yang rendah dan melakukan perbaikan-perbaikan untuk ke depannya, yaitu indikator lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, dan pelengkap. Selain itu, Hokben Arion *Mall* Rawamangun juga harus tetap mempertahankan indikator yang mempunyai skor tertinggi yaitu indikator akses dan jarak penglihatan, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.