

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **1.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan data dari penelitian skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Koperasi Syariah 212 Jambi)”, didapat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil dari karakteristik konsumen menurut pendidikan terakhir yang paling sering mengunjungi KS 212 Mart Jambi ialah SMA/SMK dengan persentase 44,57%, selanjutnya berdasarkan usia konsumen yang paling sering berbelanja di KS 212 Mart Jambi ialah usia 15-25 tahun dengan persentase 46,86%, dan yang terakhir berdasarkan Pekerjaan yang paling sering mengunjungi KS 22 Mart Jambi ialah pelajar/mahasiswa dengan persentase 28%.
2. Hasil uji regresi secara parsial (t) ditemukan bahwa variabel kualitas produk dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Untuk variabel harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara variabel pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji regresi secara simultan (F) ditemukan bahwa secara keseluruhan yaitu variabel harga, kualitas produk, pelayanan dan lokasi berpengaruh secara signifikan

terhadap keputusan pembelian. Dari hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Harga, Kualitas Produk, Pelayanan dan Lokasi memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Koperasi Syariah Jambi sebesar 40,8% sedangkan 59,2% merupakan pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **1.2 Saran**

Berikut beberapa saran yang dapat peneliti berikan :

1. Koperasi Syariah 212 sebaiknya memperhatikan mengenai harga, kualitas produk, pelayanan, dan lokasi. Hal ini dilakukan karena perusahaan tidak akan mencapai tingkat kepuasan pembelian yang maksimum apabila faktor-faktor tersebut diabaikan. Koperasi Syariah 212 sebaiknya terus memperbanyak referensi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan membuat kebijakan yang baik dari setiap faktor-faktor tersebut sehingga konsumen akan mencapai kepuasan setelah melakukan pembelian di Koperasi Syariah 212.
2. Dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen, Koperasi Syariah 212 yang ada di Indonesia seharusnya mempromosikannya lebih baik lagi, seperti meletakkan iklan di media sosial yang ada pada saat ini sehingga Koperasi Syariah 212 ini bisa bertahan lama dan mampu bersaing dengan perusahaan retail lainnya.

3. Disarankan bagi perusahaan agar dapat membuat kotak saran bagi konsumen sehingga bisa menjadi jembatan antara perusahaan dengan konsumen sehingga konsumen bisa menyampaikan saran dan kritiknya terhadap perusahaan untuk dapat ditinjau lebih lanjut oleh perusahaan.