

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial Lokasi (X_1), Persepsi Harga (X_2), Gaya Hidup (X_4) dan Pelayanan (X_5) terhadap Keputusan Pembelian produk olahan buah Nipah (Y). Sedangkan untuk Keragaman Produk (X_3) berpengaruh tidak signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian produk olahan buah nipah Bu Fitriani (Y).
2. Terdapat pengaruh signifikan secara simultan Lokasi (X_1), Persepsi Harga (X_2), Keragaman Produk (X_3), Gaya Hidup (X_4) dan Pelayanan (X_5) terhadap Keputusan Pembelian produk olahan buah nipah Bu Fitriani (Y).
3. Terdapat kontribusi variabel bebas yang diteliti yakni Lokasi, Persepsi Harga, Keragaman Produk, Gaya Hidup dan Pelayanan dalam mempengaruhi kenaikan terhadap variabel terikat yang diteliti yakni Keputusan Pembelian adalah sebesar 50,1% dan selebihnya 49,9% kenaikannya dipengaruhi oleh variabel atau faktor lainnya yang tidak dijelaskan oleh penelitian ini seperti contoh : *store atmosphere* (suasana toko), promosi, dan lain sebagainya.

5.2 Saran

Pada kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut kepada pemilik usaha dan para peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Bagi pemilik usaha agar keragaman produk dapat terlaksana dengan baik perlu adanya peningkatan informasi mengenai tentang menu apa saja yang tersedia di usaha ini baik secara langsung ditempat melalui pamflet maupun secara tidak langsung melalui media sosial (google, facebook, instagram, tiktok , dan lain sebagainya) dan saran peneliti untuk mengganti kalimat

nama yang lebih cocok dari “sop buah nipah” menjadi “produk olahan buah nipah” yang nantinya dapat menambah rasa penasaran konsumen sehingga konsumen semakin berminat untuk memustuskan membeli di usaha produk olahan buah nipah Bu Fitriani ini.

2. Bagi peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian tentang variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk olahan buah nipah Bu Fitriani ini, sebagai contohnya *store atmosphere* (suasana toko), promosi, dan sebagainya atau juga dapat menambahkan variabel bebas lainnya dari yang sudah diteliti pada penelitian ini.