

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di Asfar *Fried Chicken* Kudus yakni sebesar 0,534. Hal ini menyatakan bahwa setiap terjadi peningkatan dalam pengaturan lokasi akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen untuk melakukan pembelian di Asfar *Fried Chicken* Kudus. Sedangkan dibuktikan dengan hasil hipotesis yang ternyata nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai $(5,589 > 1,664)$, maka t hitung di daerah (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Sehingga hipotesis pertama (H_1) terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian.
2. *Word Of Mouth Marketing* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di Asfar *Fried Chicken* Kudus yakni sebesar 0,562. Hal ini menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan *word of mouth marketing* akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen untuk melakukan pembelian di Asfar *Fried Chicken* Kudus. Selain itu juga dibuktikan dengan hasil hipotesis yang ternyata nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai $(6,093 > 1,664)$, maka t hitung di daerah (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Sehingga hipotesis kedua (H_2) terdapat pengaruh yang signifikan antara *word of mouth marketing* terhadap keputusan pembelian.
3. Lokasi dan *Word Of Mouth Marketing* memiliki pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian di Asfar *Fried Chicken* Kudus. Hal ini terbukti dari hasil uji F yang memperoleh nilai F hitung sebesar 126,893 dengan tingkat signifikansi menggunakan 0,05. F hitung lebih besar dari F tabel $(126,893 > 3,09)$, sehingga hipotesis ketiga (H_3) diterima, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara

simultan atau bersama-sama antara variabel independen (lokasi dan *word of mouth marketing*) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) studi kasus konsumen di Asfar *Fried Chicken* Kudus.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan maka perlu dilakukan penyempurnaan terhadap penelitian yang dilakukan. Adapun saran untuk peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Bagi Karyawan
 - a. Untuk lebih meningkatkan kinerja supaya menciptakan produk yang berkualitas.
 - b. Serta meningkatkan pelayanan yang cepat dan tepat, sehingga menghasilkan output yang sesuai.
2. Bagi Pemilik Usaha
 - a. Untuk lebih aktif dalam memperhatikan operasional usaha, seperti pencarian produk baru guna pembuatan inovasi produk.
 - b. Disarankan untuk pembuatan rekap konsumen / volume penjualan setiap bulannya, untuk mengetahui pelaporan dalam peningkatan jumlah konsumen.
 - c. Serta meningkatkan promosi untuk menambah pangsa pasar dan konsumen baru.
3. Bagi Peneliti Lanjutan
 - a. Disarankan untuk menggunakan obyek penelitian lebih dari satu sehingga dapat membandingkan bagaimana hasil yang diperoleh dari berbagai jenis usaha dan didapatkan potensi kelebihan variabel apa saja yang ada di masing-masing tempat usaha.
 - b. Dapat menambahkan variabel lain yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen seperti, harga, *store atmosphere* dan kualitas pelayanan.