

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data hasil analisis penelitian Pengaruh Harga, Lokasi, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Loyalitas Pelanggan (studi kasus Pada Kfoodcourt Di Jalan Ahmad Yani No 118-119 Getas Pejaten Kecamatan Jati Kabupaten Kudus) dengan responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden/ konsumen Kfoodcourt Kudus. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh harga yang positif signifikan terhadap Keputusan pembelian pada konsumen Kfoodcourt Kudus.

Berdasarkan hasil penelitian hipotesis parsial atau uji t diperoleh nilai signifikansi hitung sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara harga (X_1) terhadap Keputusan pembelian (Y) pada Kfoodcourt Kudus. Harga makanan dan minuman yang berada di Kfoodcourt Kudus akan mempengaruhi Keputusan pembelian. Apabila harga makanan dan minuman terjangkau dan sesuai dengan kualitas produknya terhadap Keputusan pembelian.

Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa harga dapat mempengaruhi Keputusan pembelian, karena apabila harga sesuai dengan kualitas produk dan terjangkau di tangan konsumen makan akan meningkatkan penjualan produk makanan dan minuman dan memenuhi target kinerjanya bahkan melebihi target yang dibuat.

2. Terdapat pengaruh lokasi yang positif signifikan terhadap Keputusan pembelian pada konsumen Kfoodcourt Kudus.

Berdasarkan hasil penelitian hipotesis parsial atau uji t diperoleh nilai signifikansi hitung sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara lokasi (X_2) terhadap Keputusan pembelian (Y) pada konsumen Kfoodcourt Kudus.

Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa lokasi dapat mempengaruhi Keputusan pembelian, karena apabila dalam pemilihan lokasi tidak matang maka hal

tersebut dapat mengurangi keuntungan dalam kelancaran usaha.

3. Terdapat pengaruh *Word Of Mouth* yang positif signifikan terhadap Keputusan pembelian pada konsumen Kfoodcourt Kudus.

Berdasarkan hasil penelitian hipotesisi parsial atau uji t diperoleh nilai signifikansi hitung sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga diperoleh kesimpulan bahwa *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada konsumen Kfoodcourt Kudus

4. Terdapat pengaruh harga, lokasi dan *word of mouth* yang positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada konsumen Kfoodcourt Kudus.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis simultan atau uji F variabel harga, lokasi dan *Word Of Mouth* memiliki signifikan hitung sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan harga, lokasi dan *Word Of Mouth* secara bersama-sama terhadap Keputusan pembelian untuk membeli makanan maupun minuman pada Kfoodcourt Kudus. Hal ini karena harga, lokasi dan *Word Of Mouth* merupakan hal yang paling penting ketika konsumen memutuskan untuk makan maupun minum di Kfoodcourt Kudus.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Kfoodcourt Kudus
 - a. Kfoodcourt kudu hendaknya memperhatikan dalam menentukan harga, agar tetap terjangkau. Memberikan harga yang ditujukan pada konsumen harus sesuai dengan besarnya manfaat atau kepuasan konsumen. Dapat juga dengan memberikan potongan harga (*diskon*) terhadap produk makanan maupun minuman pada pembelian banyak. Sehingga dapat mempertahankan konsumen untuk selalu makan dan minum di Kfoodcourt Kudus.
 - b. Kfoodcourt Kudus hendaknya memperhatikan dalam pelaksanaan lokasi dengan mengoptimalkan semua

faktor yang dimiliki sehingga akan terjadi keseimbangan dalam dimensi lokasi pada Kfoodcourt Kudus. Berdasarkan temuan pada penelitian ini, dimensi dari lokasi yang mendapatkan penilaian rendah adalah letak Kfoodcourt yang menjorok ke dalam, hal ini menunjukkan bahwa pihak Kfoodcourt harus memberikan petunjuk atau pemasangan baliho yang lebih besar di tepi jalan raya agar konsumen lebih mengetahui bahwa terdapat foodcourt di belakang *Pizza Hut Dog*.

- c. Kfoodcourt Kudus hendaknya memperhatikan komunikasi lisan atau yang dikenal komunikasi dari mulut ke mulut (*Word Of Mouth*) karena komunikasi lisan lebih membuat banyak orang lebih percaya. Berdasarkan temuan penelitian ini, dimensi *Word Of Mouth* masih mendapatkan penilaian rendah, karena banyak orang yang belum begitu mengetahui Kfoodcourt Kudus, hal ini menunjukkan bahwa pihak Kfoodcourt lebih harus memberikan komunikasi secara lisan.
2. Bagi penelitian selanjutnya
 - a. Penulis selanjutnya diharapkan memperhatikan variabel-variabel lain diluar penelitian ini yang dapat mempengaruhi Keputusan konsumen untuk membeli makanan maupun minuman seperti produk, fasilitas.
 - b. Memilih indikator penelitian yang lebih banyak dan bervariasi serta disesuaikan dengan situasi dan kondisi objek penelitian.

C. Penutup

Alhamdulillah penulis penjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya dari awal pengerjaan skripsi hingga saat ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini yang berjudul “ Pengaruh Harga, Lokasi dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada Kfoodcourt Kudus” harapan dari penulis semoga penelitian skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi diri pribadi dan pembaca pada umumnya, khususnya bagi pemilik Kfoodcourt Kudus yang mana bisa membantu dalam mengevaluasi dan memberikan

gambaran mengenai keputusan pembelian konsumen Kfoodcourt Kudus. Penulis membutuhkan kritik, saran serta masukan dan solusi yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini yang bersifat konstruktif serta masuk akal. Sebagai penutup, penulis mohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan dalam penulisan ini.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga senantiasa mendapatkan kebaikan dari Allah SWT.

