

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Penelitian ini menguji pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Adapun yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah konsumen pada Alya Juice Kebumen. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda dan pembahasan hasil peneitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa hal dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Alya Juice Kebumen. Artinya peran kualitas pelayanan dalam penelitian ini mempunyai berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Alya Juice Kebumen. Berdasarkan dibuktikannya hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan yang diberikan karyawan yang baik pada Alya Juice Kebumen akan berdampak pada keputusan pembelian pada Alya Juice Kebumen, begitu juga sebaliknya kualitas pelayanan yang kurang baik akan berakibat pada penurunan tingkat keputusan pembelian pada Alya Juice Kebumen.
2. Keragaman Produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Alya Juice Kebumen. Artinya peran keragaman produk dalam penelitian ini mempunyai berpengaruh positif

terhadap keputusan pembelian pada Alya Juice Kebumen. Berdasarkan dibuktikannya hasil penelitian bahwa keragaman produk yang baik akan berdampak pada keputusan pembelian pada Alya Juice Kebumen, begitu juga sebaliknya keragaman produk yang kurang baik akan berdampak pada keputusan pembelian.

3. Lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Alya Juice Kebumen. Artinya peran lokasi dalam penelitian ini mempunyai berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Alya Juice Kebumen. Berdasarkan dibuktikannya hasil penelitian bahwa lokasi yang baik akan berdampak pada keputusan pembelian pada Alya Juice Kebumen lokasi yang kurang baik akan berdampak pada keputusan pembelian.
4. Kualitas pelayanan, keragaman produk, dan lokasi mempunyai pengaruh positif secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Alya Juice Kebumen. Artinya peran ketiga variabel tersebut dalam penelitian ini sangat penting untuk meningkatkan keputusan pembelian pada Alya Juice Kebumen.

5.2. Keterbatasan

1. Penelitian ini hanya terbatas pada variabel kualitas pelayanan, keragaman produk, lokasi dan keputusan pembelian pada Alya Juice Kebumen.

2. Variabel yang diteliti masih dirasa belum cukup untuk mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang, sehingga untuk penelitian lebih lanjut perlu menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli ulang seperti harga, promosi, kualitas produk dan lain-lain.

5.3. Implikasi

Saran yang dapat disampaikan sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

5.3.1. Implikasi Praktis

Berdasarkan atas temuan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya maka ada beberapa implikasi praktis sesuai dengan prioritas yang dapat diberikan sebagai masukan bagi pemilik Alya Juice Kebumen yaitu sebagai berikut

1. Bagi pihak pemilik Alya Juice Kebumen diharap untuk memperhatikan kualitas pelayanan yang baik untuk meningkatkan keputusan pembelian pada Alya Juice Kebumen. Kualitas pelayanan yang baik untuk meningkatkan keputusan pembelian pada Alya Juice Kebumen. Upaya yang seharusnya diterapkan pada Alya Juice Kebumen dari hasil penelitian ini untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen seperti mampu memberikan pelayanan sesuai harapan pelanggannya, mampu menjelaskan dengan baik dan memberikan informasi dengan baik, cepat menghadapi komplain

konsumennya, mampu memberikan pelayanan dengan baik dan mampu memahami keinginan pelanggannya.

2. Bagi pihak pemilik Alya Juice Kebumen diharap untuk memperhatikan keragaman produk yang baik untuk meningkatkan keputusan pembelian Alya Juice Kebumen. Upaya yang seharusnya diterapkan pada manajemen Alya Juice Kebumen untuk menyediakan keragaman produk yang lengkap seperti rasa yang bervariasi, dan jenis jus dengan bahan dasar yang beragam.
3. Bagi pihak pemilik Alya Juice Kebumen diharap untuk memperhatikan lokasi usaha yang baik untuk meningkatkan keputusan pembelian pada Alya Juice Kebumen. Upaya yang seharusnya diterapkan pada Toko Roti Bonita Cake & Bakery Gombong untuk menentukan letak lokasi usaha Alya Juice Kebumen dengan mempertimbangkan seperti akses lokasi toko yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum, lokasi atau tempat toko yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal, lokasi Alya Juice Kebumen memiliki tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman.

5.3.2. Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis merupakan sebuah cerminan bagi setiap penelitian dimana implikasi teoritis memberikan gambaran mengenai

rujukan-rujukan yang dipengaruhi dalam penelitian ini. Untuk lebih jelasnya implikasi teoritis pada penelitian ini yaitu:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.

Menurut Kotler dan Keller (2016: 156), kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Berdasarkan hasil analisis untuk variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Alya Juice Kebumen, sehingga hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dinda Dwi Marsella (2020). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dinda Dwi Marsella (2020), menunjukan adanya pengaruh hubungan positif kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Artinya kualitas pelayanan mempunyai hubungan untuk meningkatkan keputusan pembelian. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mutia Nur Arifah (2019). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mutia Nur Arifah (2019), menunjukan adanya pengaruh hubungan positif kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Artinya kualitas pelayanan mempunyai hubungan untuk meningkatkan keputusan pembelian.

2. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian.

Menurut Philip Kotler (2015:358), keragaman produk adalah kumpulan produk dan barang yang ditawarkan perusahaan untuk dijual oleh penjual tertentu. Berdasarkan hasil analisis untuk variabel keragaman produk mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Alya Juice Kebumen, sehingga hasil sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dinda Dwi Marsella (2020) dan Agus Supandi (2018), Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan adanya pengaruh hubungan positif keragaman produk terhadap keputusan pembelian. Artinya keragaman produk mempunyai hubungan untuk meningkatkan keputusan pembelian.

3. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.

Menurut Tjiptono (2015: 345), lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Berdasarkan hasil analisis untuk variabel lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Alya Juice Kebumen, sehingga hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lukman Hakim (2019). Hasil penelitian yang dilakukan Lukman Hakim (2019), menunjukkan adanya pengaruh

hubungan positif lokasi terhadap keputusan pembelian. Artinya lokasi mempunyai hubungan untuk meningkatkan keputusan pembelian.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian secara simultan (bersama-sama). Berdasarkan analisis diperoleh F_{hitung} sebesar 13,059 dengan tingkat signifikansi 0.000, karena probabilitas 0.000 jauh lebih kecil dari 0,050. Berdasarkan hasil tersebut bisa dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1), keragaman produk (X_2), dan lokasi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Alya Juice Kebumen (Y) secara simultan. Artinya ketiga variabel tersebut mempunyai kontribusi yang positif untuk meningkatkan keputusan pembelian.
5. Bagi peneliti selanjutnya masih banyak kemungkinan setelah penelitian ini untuk meneliti variabel-variabel lain diluar variabel kualitas pelayanan, keragaman produk, dan lokasi yang belum termasuk dalam penelitian ini yang mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, karena Nilai koefisien determinasi R Square diperoleh 0,290 artinya 29,0% keputusan pembelian di pengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, keragaman produk, dan lokasi sedangkan sisanya 71% (100%-29,0%) disebabkan oleh variabel

lain yang tidak ada dalam penelitian ini seperti harga, kualitas produk, fasilitas dan lain-lain

