

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Penelitian dilakukan untuk melihat apakah terdapat pengaruh Promosi (X1), Lokasi (X2), Budaya (X3), Sosial (X4) dan Pribadi (X5) berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Ritel Sumber Barokah. Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian regresi berganda nilai F hitung sebesar 9.753 dengan probabilitas (sig) 0.000. Nilai F hitung lebih besar daripada F tabel signifikansi ( $9.753 > 2.709248$ ), sehingga variabel Promosi (X1), Lokasi (X2), Budaya (X3), Sosial (X4) dan Pribadi (X5) terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di toko ritel modern Sumber Barokah
2. Hasil pengujian regresi linier berganda dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi Promosi sebesar 0.044. Nilai t hitung sebesar  $0.362 < t \text{ tabel } 1.98638$  berada dengan *probability (sig)*  $0.718 > 0.05$ . Sehingga variabel promosi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di toko ritel sumber barokah

3. Hasil pengujian persamaan regresi linier tersebut menunjukkan bahwa koefisien regresi Lokasi sebesar 0.357. Nilai t hitung sebesar  $3.205 > t$  tabel 1.98638 dengan *probability (sig)*  $0.002 < 0.05$ , sehingga variabel Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di toko ritel sumber barokah.
4. Hasil persamaan regresi linier tersebut menunjukkan bahwa koefisien regresi Budaya sebesar 0.141. Nilai t hitung sebesar 1.207  $< t$  tabel 1.98638 dengan *probability (sig)*  $0.230 > 0.05$ , sehingga variabel Budaya berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di toko ritel sumber barokah.
5. Hasil pengujian persamaan regresi linier tersebut menunjukkan bahwa koefisien regresi sosial sebesar 0.204. Nilai t hitung sebesar 2.192  $> t$  tabel 1.98638 dengan *probability (sig)*  $0.031 < 0.05$ , sehingga variabel Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di toko ritel sumber barokah.
6. Hasil pengujian persamaan regresi linier tersebut menunjukkan bahwa koefisien regresi pribadi sebesar 0.327. Nilai t hitung sebesar  $3.327 > t$  tabel 1.98638 dengan *probability (sig)*  $0.001 < 0.05$ , sehingga variabel Pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di toko ritel sumber barokah.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil simpulan yang telah dikemukakan, maka diajukan saran sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan lokasi menjadi faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di toko ritel Sumber Barokah, bahwa lokasi dari toko ritel Sumber Barokah ini sesuai dengan harapan konsumen karena memiliki banyak kelebihan dibandingkan toko sejenis seperti memiliki lokasi yang strategis, lahan parkir yang luas dan aman, serta kondisi tempatnya bersih dan nyaman diharapkan dapat mempertahankan atau meningkatkan untuk mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Kemudian sosial dan pribadi yang memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, harus selalu ditingkatkan oleh toko ritel Sumber Barokah.
3. Sedangkan promosi dan budaya yang belum mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di toko ritel Sumber Barokah, seperti: informasi mengenai produk, pemberian diskon, keramahan karyawan, serta kemudahan dalam mendapatkan produk yang dibutuhkan harus lebih ditingkatkan untuk dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
4. Untuk penelitian berikutnya, diharapkan responden yang hendak diteliti berpendidikan minimal SMA karena dalam penelitian ini jumlah responden paling tinggi adalah lulusan SD (39%) karena point skala Likert yang digunakan 5.