

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai bahwa harga, gaya hidup, dan lokasi pada keputusan pembelian Mie Gacoan Semarang, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan bahwa nilai koefisien regresi harga atau X_1 sebesar 0,262 (positif) yang berarti bahwa semakin baik penetapan harga yang ditawarkan oleh perusahaan Mie Gacoan Semarang, maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai koefisien sebesar 0,485 dan nilai signifikan sebesar $0,004 < 0,05$. Hasil signifikan dan positif, menunjukkan bahwa gaya hidup juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada Mie Gacoan Semarang karena dinilai dapat dinikmati oleh semua kalangan.
3. Terdapat pengaruh tidak positif dan signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai koefisien sebesar 0,824 dan nilai signifikan sebesar $0,045 > 0,05$. Hasil tidak signifikan dan positif, menunjukkan bahwa lokasi tidak strategis dikalangan mahasiswa dan disarankan lokasinya harus dekat dengan kampus.

4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara harga, lokasi, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dibuktikan Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar 0,824 dan nilai signifikansi sebesar $0,045 > 0,05$. Terdapat pengaruh tidak positif dan signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian.
5. Nilai koefisien regresi harga atau X1 sebesar 0,262 (positif) yang berarti bahwa semakin baik penetapan harga yang ditawarkan oleh perusahaan Mie gacoan Semarang, maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Nilai koefisien regresi gaya hidup atau X2 sebesar 0,485 (positif) artinya dijamin millennial, gaya hidup juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada mie gacoan Semarang karena dinilai dapat dinikmati oleh semua kalangan. Nilai koefisien regresi lokasi atau X3 sebesar 0,824 (negatif) artinya lokasi Mie Gacoan Semarang dinilai kurang strategis dikalangan mahasiswa dan disarankan lokasinya harus dekat dengan kampus.
6. Nilai Determinasi menunjukkan bahwa nilai Pseudo R- *Square* dapat diinterpretasikan seperti nilai R- *Square* pada regresi berganda (Ghozali, 2016). Terdapat tiga buah nilai Pseudo R-*Square* dengan nilai terbesar adalah *Nagelkerke* yaitu sebesar 0,825. Hal ini menunjukkan bahwa variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel

independen adalah sebesar 82,5%. Sisanya sebanyak 17,5% dijelaskan oleh variabel -variabel lain diluar model penelitian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka penulis menyadari masih terdapat banyak keterbatasan dan kekeliruan yang ada dalam penelitian ini. Namun dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat.

Bagi perusahaan Mie Gacoan Semarang, diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan masukan dan kebijakan dalam upaya menarik keputusan pembelian konsumen dengan tetap memperhatikan harga, gaya hidup, dan lokasi. Karena mie gacoan dinilai mampu untuk masuk ke dalam millennial dan diharapkan juga tetap memperhatikan kualitas produk.

Bagi para akademisi atau pembaca selanjutnya, diharapkan agar memperluas penelitian dengan mempertimbangkan variabel lainya yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian misalnya kualitas produk, persepsi harga, promosi, dan yang lainnya.

Bagi para peneliti selanjutnya diharapkan dimasa yang akan datang dapat digunakan sebagai salah satu sumber data dan rujukan untuk penelitian lebih lanjut berdasarkan informasi yang lebih lengkap dan luas.