

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Setelah dilakukan uji hipotesis secara parsial (uji t) variabel harga (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk (Y) di pasar kaki lima sukaramai, Medan sebesar 0,417 (41,7%). Artinya semakin tinggi pengaruh harga yang terjangkau, semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk. Hal ini mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa “Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di pasar sukaramai, Medan ” sehingga hipotesis tersebut dapat diterima.
2. Setelah dilakukan uji hipotesis secara parsial (uji t) variabel lokasi (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sembako (Y) di pasar kaki lima sukaramai, Medan sebesar 0,118 (11,8%). Artinya semakin tinggi pengaruh lokasi yang strategis, semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk. Hal ini mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa “Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di pasar sukaramai, Medan” sehingga hipotesis tersebut dapat diterima.

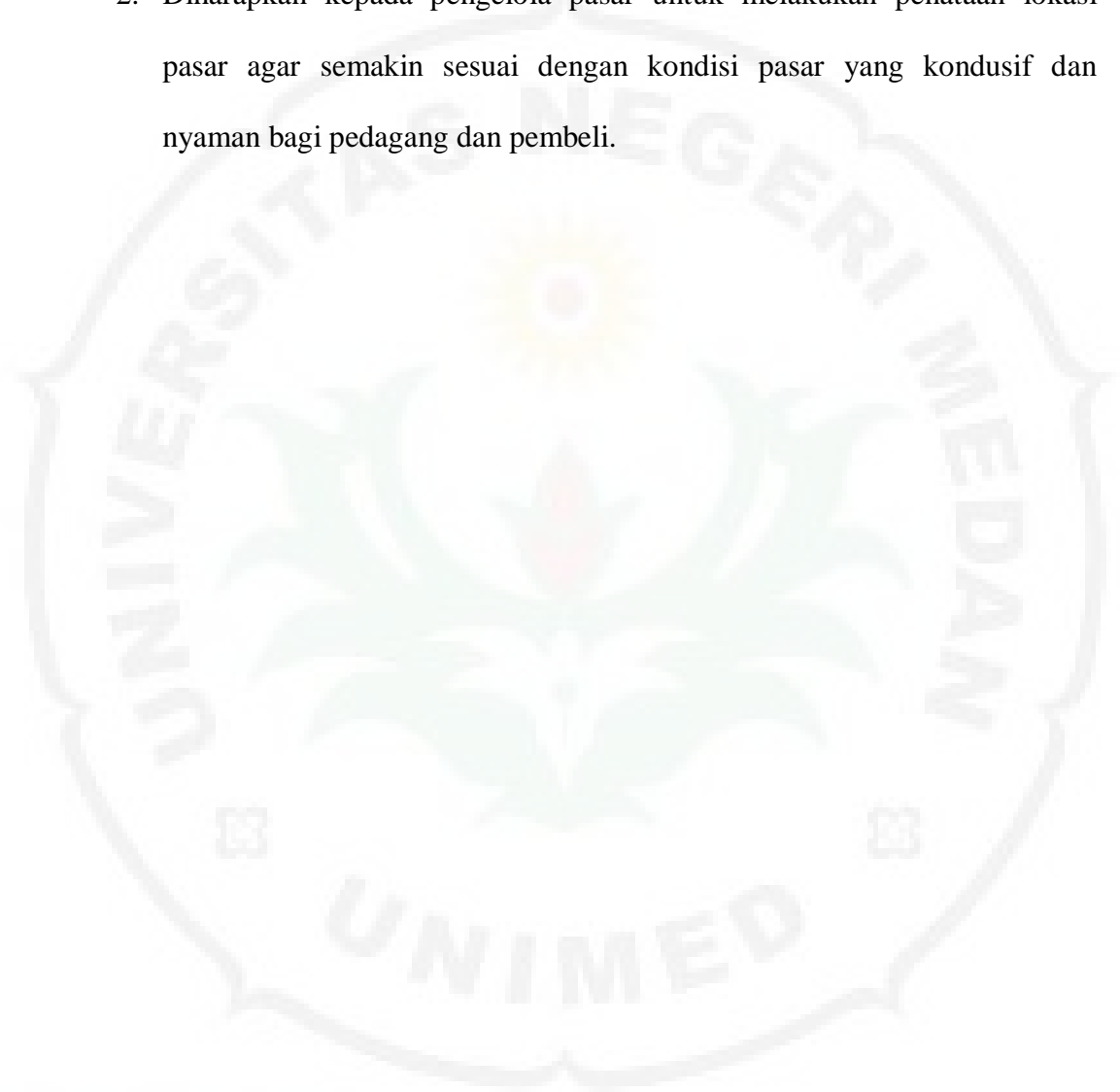
3. Setelah dilakukan uji hipotesis secara parsial (uji t) variabel kelengkapan produk (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sembako (Y) di pasar kaki lima sukaramai, Medan sebesar 0,467 (46,7%). Artinya semakin tinggi pengaruh kelengkapan produk maka semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk. Hal ini mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa “Kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sembako di pasar sukaramai, Medan sehingga hipotesis tersebut dapat diterima.
4. Setelah dilakukan uji hipotesis secara simultan (uji F) harga (X1), lokasi (X2), dan kelengkapan produk (X3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sembako (Y) di pasar kaki lima Sukaramai, Medan sebesar 0,462 (46,2%). Artinya harga, lokasi dan kelengkapan produk secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian produk sebesar 46,2%. Hal ini mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa “Harga, lokasi, dan kelengkapan produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk sehingga hipotesis tersebut dapat diterima.

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Diharapkan peneliti berikutnya dapat melakukan penelitian untuk menemukan variabel lain dari penelitian ini yang mempengaruhi keputusan pembelian produk.

2. Diharapkan kepada pengelola pasar untuk melakukan penataan lokasi pasar agar semakin sesuai dengan kondisi pasar yang kondusif dan nyaman bagi pedagang dan pembeli.



THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY