

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada pasar tradisional Palimanan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Persepsi Harga (X1) mempunyai pengaruh positif. Terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sedangkan berdasarkan hasil regresi linear berganda memperlihatkan bahwa variabel Persepsi Harga berpengaruh signifikan karena nilai sig lebih kecil dari taraf yang telah ditentukan, sehingga variabel tersebut signifikan dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y).
2. Variabel Kualitas Produk (X2) mempunyai pengaruh positif Terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dan berdasarkan hasil regresi linear berganda memperlihatkan bahwa variabel harga signifikan karena nilai sig lebih kecil dari taraf yang telah ditentukan, sehingga variabel tersebut signifikan dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen.
3. Variabel Lokasi (X3) tidak mempengaruhi terhadap Keputusan Pembelian konsumen (Y). Sedangkan berdasarkan hasil regresi linear berganda memperlihatkan bahwa variabel lokasi tidak signifikan karena nilai sig lebih besar dari taraf yang telah ditentukan, sehingga variabel tersebut tidak signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
4. Variabel Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Lokasi (X3) secara bersamaan berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian konsumen (Y). Sedangkan berdasarkan hasil regresi linear berganda memperlihatkan bahwa ke tiga variabel signifikan karena nilai sig lebih kecil dari taraf yang telah ditentukan, sehingga ketiga variabel tersebut signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.UMKM.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti menyarankan sebagai berikut:

1. Pada variabel harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional Palimanan Cirebon yang terjangkau dengan kualitas produk yang baik dan mampu bersaing dipasar lain. Namun, sebaiknya pasar tradisional lebih memperhatikan lagi kualitas yang diberikan kepada konsumen karena konsumen berharap untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan jumlah uang yang mereka bayarkan.
2. Pada variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional Palimanan, sehingga disarankan pada pihak manajemen untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk tersebut sehingga konsumen puas akan melakukan pembelian selanjutnya.
3. Pada variabel lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional Palimanan walaupun memiliki lokasi strategis yang terletak di pusat keramaian sehingga memudahkan konsumen untuk menemukannya, tapi disarankan kepada pihak pasar untuk menyediakan lahan parkir yang lebih luas lagi bagi para konsumen, agar konsumen puas.