

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai "Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Toko THRshop di Desa Mangunjaya", maka dapat ditarik kesimpulan dengan sebagai berikut:

1. Variabel Promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t hitung sebesar 4,451 lebih besar dari pada t tabel 1,98472 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari pada 0,05. Artinya makin besar promosi yang dilakukan akan meningkatkan keputusan pembelian.
2. Variabel Lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t hitung 4,344 lebih besar dari pada t tabel 1,98472 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari pada 0,05. Artinya makin besar lokasi yang dilakukan akan meningkatkan keputusan pembelian.

Hasil regresi pada penelitian ini mendukung hipotesis satu yang menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko THRshop di Desa Mangunjaya.

3. Secara bersama-sama baik variabel Promosi maupun variabel Lokasi secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai F hitung 65,210 lebih besar dari F tabel 3,09 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dari pengujian hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa Promosi dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini memberi arti bahwa Promosi dan Lokasi yang diberikan sangat menentukan dalam Keputusan Pembelian Pada Toko THRshop di Desa Mangunjaya.

5.2 Implikasi Manajerial

Implikasi manajerial pada penelitian ini berguna sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian. Berdasarkan kesimpulan pada penelitian ini, maka implikasi manajerial yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Toko THRshop perlu lebih banyak melakukan kegiatan promosi seperti memberikan promosi event undangan influencer, membebaskan biaya kirim barang (Free Ongkir), menawarkan cahsback, mengadakan flash sale, mengadakan buy 1 get 1, memberikan gift, pengumpulan point reward, memberikan voucher atau kupon promo, memberikan garansi, member card, kupon undian, menawarkan harga khusus pembelian grosir, dan bentuk promosi lainnya agar tidak tersaingi oleh toko-toko lain yang selalu gencar memberikan promo-promo menarik pada konsumennya. Promosi harus lebih banyak lagi dimedia informasi ataupun melalui internet agar lebih banyak dilihat oleh konsumen, serta membuat promosi semenarik mungkin.
2. Lokasi yang sudah strategis, diperluas lagi untuk tempat parkir kendaraan. Karena walaupun tempat parkir yang ada sudah memadai namun masih kurang luas untuk kendaraan roda empat dan adanya security khusus demi kenyamanan konsumen.
3. Keputusan pembelian di THRshop harus ditetapkan kualitas produk yang baik. Jaga-jaga agar keputusan konsumen tetap memilih di toko THRshop untuk membeli kebutuhannya. Jangan sampai menjual produk atau barang yang tidak baik. Misalnya sudah kadaluwarsa, pihak THRshop untuk selalu mengecek secara berkala agar produknya tetap terjaga.