

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta pembahasan pada Bab IV, maka penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji parsial (Uji-t) menunjukkan nilai t hitung sebesar 5,018 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.
2. Hasil uji parsial (Uji-t) menunjukkan nilai t hitung sebesar 5,169 dengan tingkat signifikan 0,000 bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.
3. Hasil Uji Simultan (Uji-f) nilai F hitung sebesar 80,042 > 3,06 atau nilai signifikan kurang dari 0,05 bahwa variabel tingkat harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,522 ini menunjukkan variabel harga dan lokasi dalam mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 52,2 sedangkan sisanya 47,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar penelitian ini.

#### **5.2 Implikasi Manajerial**

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, maka implikasi manajerial yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diketahui bahwa harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian Pizza Hut Delivery di masa pandemi. Maka dari itu pihak manajemen dari PHD perlu untuk memilah dan memilih harga yang merupakan bahan dasar dari pelanggan sebagai perbandingan dengan harga produk yang sejenis dengan pesaingnya, dengan kata lain manajemen perlu untuk menganalisa ulang apakah harga yang sudah ditawarkan atau tingkatan harga yang

ada sudah mampu untuk bersaing dengan kompetitor. Dalam hal ini manajemen dapat melakukan survey karakter konsumen misalnya, apakah harga yang ditawarkan lebih rendah untuk merebut pasar, dalam hal ini untuk melakukan promosi dengan tujuan mendorong penjualan dll.

2. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diketahui bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian Pizza Hut Delivery di masa pandemi. Maka dari itu pihak Manajemen harus mensurvei dahulu lokasi yang tepat dan strategis dan mendukung fasilitas yang ada seperti toko atau pasar untuk bahan baku pembuatan Pizza untuk penempatan outlet yang baru. Dengan kata lain manajemen dapat melakukan survey kepada konsumen misalnya apakah lokasi penempatan gerai atau outlet yang baru harus dekat dengan fasilitas publik, mensurvei supplier bahan baku dsb.
3. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variable harga dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian Pizza Hut Delivery. Maka jika semua variable ini terus ditingkatkan maka dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Pizza Hut Delivery meningkat, selain itu pula juga harus sejalan dengan variabel-variabel lain diluar penelitian ini.