

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics 26 mengenai pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM Puspa Siliwangi Kabupaten Kuningan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Puspa Siliwangi. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan lokasi yang strategis dapat meningkatkan loyalitas konsumen sekaligus berdampak pada peningkatan volume penjualan.
2. Variabel Promosi menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Puspa Siliwangi. Dengan kata lain, intensitas promosi yang lebih besar akan meningkatkan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian.
3. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Puspa Siliwangi. Semakin baik kualitas pelayanan yang diterima konsumen, semakin tinggi pula tingkat kepuasan dan kemungkinan konsumen melakukan pembelian ulang.
4. Ketiga variabel, yaitu Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan, secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Puspa Siliwangi. Artinya, ketiga faktor tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi yang penting dalam mendorong keputusan pembelian.

5.2 Saran

1. Bagi Pedagang

Pedagang sebaiknya melakukan peningkatan promosi dan kualitas pelayanannya. Promosi bisa dilakukan secara online melalui media sosial seperti tiktok, instagram maupun whatsapp. Perbaikan promosi dapat dilakukan dengan bahasa yang sopan, gambar yang menarik dan video yang lebih menarik sehingga konsumen bisa mengetahui produk yang dijual pedagang. Kualitas pelayanan bisa ditingkatkan dengan memberikan pelayanan yang cepat serta ramah kepada konsumen sehingga konsumen lebih merasa dihormati. Dengan menerapkan saran-saran tersebut, diharapkan dapat meningkatkan daya tarik bagi konsumen sehingga mendorong mereka untuk mengambil keputusan pembelian di Puspa Siliwangi.

2. Bagi Pemerintah

Pemerintah sebaiknya melakukan monitor dan evaluasi kualitas pelayanan pedagang serta fasilitasi pengaduan konsumen sehingga bisa melakukan perbaikan dalam memfasilitasi masyarakat agar nyaman untuk membeli makanan di puspa siliwangi dan mengadakan acara rutin yang menarik dengan para pedagang. Dengan demikian, para pedagang akan lebih terbantu dalam mempromosikan dagangannya sehingga mampu menarik konsumen untuk membeli produk yang tersedia di Puspa Siliwangi.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengkaji pengaruh aksesibilitas dan kedekatan lokasi terhadap perilaku konsumen, mengkaji pengaruh jarak dan kemudahan akses pada frekuensi kunjungan, meneliti efektivitas berbagai metode promosi di pasar lokal, menganalisis dampak acara dan pengalaman terhadap loyalitas pelanggan, menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, juga meneliti peran empati dan daya tanggap dalam membentuk kepuasan pelanggan.