

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab 4, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel bebas dalam penelitian ini yang terdiri dari harga (X1), produk (X2), dan penelitian (X4) secara parsial berpengaruh terhadap variabel independen yaitu keputusan pembelian konsumen pasar Sentra Antasari Kota Banjarmasin. Sedangkan variabel bebas lokasi (X3) secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel independen yaitu keputusan pembelian konsumen pasar Sentra Antasari Kota Banjarmasin.
2. Variabel bebas dalam penelitian ini yang terdiri dari harga (X1), produk (X2), lokasi (X3) dan pelayanan (X4) secara simultan berpengaruh terhadap variabel independen yaitu keputusan pembelian konsumen pasar Sentra Antasari Kota Banjarmasin.
3. Variabel yang paling dominan dalam penelitian ini yaitu variabel produk (X2) yang memengaruhi keputusan konsumen Pasar Sentra Antasari Kota Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dari angka *unstandardized coefficients* sebesar 41,5% merupakan angka terbesar dibandingkan variabel harga (X1) 25,5%, lokasi (X3) 13,2% dan pelayanan (X4) 17,5%.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Dalam menarik konsumen selama proses keputusan pembelian hingga akhirnya dapat mengambil keputusan untuk membeli produk di Pasar Sentra Antasari Kota Banjarmasin, perlu peran pemerintah dan pedagang untuk menjaga kestabilan harga dan menetapkan harga yang sesuai dengan manfaat, serta menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produk.
2. Berkaitan dengan kualitas produk, pertama pihak pasar haruslah menyediakan produk bermutu, dengan memertahankan fitur, kehandalan, kinerja dan keawetan dari produk tersebut. Kedua, produk yang dijual hendaklah memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.
3. Untuk membantu konsumen dalam meraih keputusan untuk membeli, pihak pasar hendaklah menciptakan kepercayaan pada konsumen dengan pelayanan yang baik, memberi informasi produk apa adanya.
4. Alangkah baiknya pihak pasar menciptakan lingkungan yang aman dengan memberikan fasilitas CCTV di area pasar maupun parkir, agar mengantisipasi tindak kejahatan di sekitarnya. Pihak pasar juga harus lebih memerhatikan kebersihan pasar agar menciptakan kenyamanan pada konsumen saat berbelanja.
5. Untuk peneliti selanjutnya jika ingin meneliti dengan judul yang sama maka disarankan harus menambah variabel lain yang lebih mendalam.