

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data pada bab-bab sebelumnya, maka penelitian yang berjudul “Pengaruh Lokasi dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian di Thuis Coffee Barabai” dapat disimpulkan dalam penelitian adalah:

1. Variabel Lokasi (X1) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,745 lebih kecil dari t_{tabel} 1,989 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,5, Variabel Digital Marketing (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,591 lebih besar dari t_{tabel} 1,989 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,5
2. Semua variabel Lokasi (X1) dan Digital Marketing (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai F_{hitung} sebesar 31,405 lebih besar dari F_{tabel} 3,105 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,5.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat, yang ingin membuka bisnis disarankan untuk lebih mempertimbangkan lokasi agar dapat mencakup seluruh lapisan masyarakat

yang ada serta dizaman yang serba digital ini agar juga melakukan pemasaran digital melalui media sosial khususnya.

2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mencari variabel-variabel lainnya terkait faktor yang mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan pembelian, seperti Brand Image, Brand Awareness, Influencer dan Social Media Management. Dari hasil penelitian ini didapatkan, lokasi dan digital marketing terhadap keputusan pembelian di Thuis Coffee Barabai memberikan pengaruh sebesar 42% dari total 100% faktor yang diharapkan.