

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta pada pembahasan bab IV mengenai pengaruh lokasi, merek dan harga terhadap keputusan pembelian di toko sepatu bata lamongan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Identitas responden konsumen sepatu merek Bata Lamongan hampir seimbang antara pria dan wanita tetapi lebih condong ke pria, yang berusia 31-35 tahun yang berprofesi sebagai wiraswasta dengan kisar pendapatan antara Rp 1.500.000; s/d Rp 2.500.000;. Informasi yang didapat responden saat memutuskan untuk membeli di toko sepatu merek **Bata** berasal dari keluarga.
2. Semua variabel, yaitu variabel lokasi, merek, dan harga berpengaruh signifikan. Variabel lokasi dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, tetapi variabel harga berpengaruh negatif atau tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Variabel lokasi berpengaruh lebih dominan dibandingkan merek dan harga terhadap keputusan pembelian.

#### **B. Saran**

Berdasarkan simpulan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat diajukan beberapa saran :

1. Bagi pengunjung di toko sepatu **Bata** Lamongan harus lebih teliti saat melakukan keputusan pembelian, agar lebih memperhatikan kesesuaian antara merek dan harga.

2. Bagi perusahaan sepatu **Bata**, disarankan untuk lebih kreatif dan inovasi dalam menciptakan produk sepatu **Bata**, agar konsumen lebih tertarik untuk membeli.
3. Penelitian selanjutnya hendaknya menambahkan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini peneliti menyarankan untuk menambahkan variabel kualitas produk untuk penelitian selanjutnya. Demikian penelitian diharapkan bisa memberikan hasil yang maksimal.