

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini memiliki dua variable yakni Kepuasan pengunjung sebagai variabel independen (X) dan Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel dependen.
2. Variabel yang memiliki nilai paling kecil adalah minat berkunjung kembali dengan nilai 1,341 dan nilai paling besar ditunjukkan pada variabel kesesuaian harapan 4,553. Sedangkan nilai variabel ketersediaan merekomendasikan kembali sebesar 4,184.
3. Ha1 : Kesesuaian Harapan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dari hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel kesesuaian harapan (X1) memiliki *nilai unstandardized B* sebesar 1,192 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 dan nilai signifikansi $< 0,05$ maka H1 diterima dan H0 ditolak. Sehingga penelitian ini berhasil membuktikan bahwa Kesesuaian harapan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian
4. Ha2 : Minat berkunjung kembali berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Dari hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel Minat berkunjung kembali (X2) memiliki nilai *unstandardized B* sebesar 0.454 nilai signifikansi sebesar 0.184 dan nilai signifikansi tidak $<$ dari 0,05 maka H1 ditolak dan H0 diterima. Sehingga penelitian ini berhasil membuktikan bahwa hipotesis kedua menyatakan minat berkunjung tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
5. Ha3 : Ketersediaan Merekomendasikan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Dari hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel Ketersediaan merekomendasikan (X3) memiliki nilai *unstandardized B* sebesar 0,937 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 $<$ 0.05 maka H1 diterima dan H0 ditolak. Sehingga penelitian ini berhasil membuktikan bahwa hipotesis ketiga menyatakan ketersediaan merekomendasikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian.
6. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa tidak seluruh variable (X)

berpengaruh pada Keputusan pembelian. (Y),

6.2. Saran

Adapun saran dalam penelitian ini adalah:

1. Sebaiknya event *The goods spot* lebih meningkatkan frekuensi acara bukan hanya setahun sekali terlebih di hari-hari besar.
2. Sebaiknya event *The goods spot* turut meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih optimal kepada pengunjung sehingga ini turut memberikan dampak positif bagi perkembangan dunia pasar di Indonesia khususnya di Kota Medan. Selain itu, pembeli juga memiliki banyak variasi produk untuk dibeli dan produk yang dijual pun lebih kompetitif.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variable lain terkait Kepuasan pengunjung yang memengaruhi keputusan pembelian.