

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan terkait faktor-faktor yang berpengaruh pada perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk jagung bakar dengan variabel yang diteliti yaitu gaya hidup, promosi, kualitas produk, harga dan lokasi, maka berikut konklusi yang dapat ditarik:

1. Mengacu pada hasil analisis penelitian, dapat ditarik konklusi bahwasanya gaya hidup, promosi, kualitas produk, harga, dan lokasi mempengaruhi keputusan pembelian jagung bakar di Wisata Kebun Jagung Yoyo Kota Harapan Indah, Bekasi. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji regresi linear berganda yang mengindikasikan setiap variabel independen mempunyai koefisien regresi positif pada keputusan pembelian. Bila kenaikan sebesar satu satuan terjadi pada gaya hidup, maka akan terjadi peningkatan keputusan pembelian sebesar 0.688. Bila kenaikan sebesar satu satuan terjadi pada promosi, maka akan terjadi peningkatan keputusan pembelian sebesar 0.963. Selanjutnya, bila kenaikan sebesar satu satuan terjadi pada kualitas produk, maka akan terjadi peningkatan pada keputusan pembelian sebesar 0.849. Bila kenaikan sebesar satu satuan terjadi pada harga, maka akan terjadi peningkatan pada keputusan pembelian sebesar 0.843. Sementara itu, bila kenaikan sebesar satu satuan terjadi pada lokasi, maka akan terjadi peningkatan pada keputusan pembelian sebesar 0.119. Selain itu, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) 0,600 menunjukkan bahwasanya 60% variasi keputusan pembelian bisa dijelaskan oleh kelima variabel, sementara itu, 40% sisanya dipengaruhi oleh faktor di luar model penelitian.
2. Secara parsial, seluruh variabel yaitu gaya hidup, promosi, kualitas produk, harga, dan lokasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jagung bakar. Berdasarkan nilai Standardized Beta, variabel promosi merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan nilai sebesar 0,926, yang berarti promosi memiliki kontribusi pengaruh relatif paling besar dibandingkan variabel lainnya dalam model penelitian ini.

### **Saran**

Mengacu pada kesimpulan yang didapat, berikut beberapa hal yang perlu direkomendasikan dan dijadikan bahan pertimbangan:

- Karena promosi adalah faktor paling dominan, maka strategi yang perlu diperkuat: Optimalisasi digital marketing (Instagram, TikTok, marketplace), program diskon atau bundling, Influencer marketing, Konten promosi yang menarik dan konsisten dan Event atau campaign khusus tentang kebun jagung YOYO. Walaupun variabel lain juga signifikan, namun fokus utama peningkatan penjualan sebaiknya diarahkan pada strategi promosi.

