



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berlandaskan hasil pengolahan data dengan menggunakan alat bantu SmartPLS 4.1.1.2 dan telah diperoleh hasil analisis data serta pembahasan yang telah diuraikan pada BAB sebelumnya mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Penentuan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Aisyah Fried Chicken Tembilahan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk dan Penentuan Lokasi terhadap Minat Beli konsumen Aisyah Fried Chicken Tembilahan. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan software SmartPLS 4, diperoleh kesimpulan Model pengukuran (outer model) telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Seluruh indikator memiliki nilai loading di atas 0,70, AVE di atas 0,50, serta nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* di atas 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini mampu mengukur konstruk masing-masing secara baik, valid, dan reliabel.

Model struktural (inner model) menunjukkan bahwa Penentuan Lokasi memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,759 dengan T-statistic



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

sebesar 5,424 dan P-value sebesar 0,000, yang artinya signifikan. Ini menunjukkan bahwa lokasi yang strategis, mudah diakses, dan dekat dengan pusat keramaian sangat berpengaruh dalam meningkatkan minat beli konsumen.

Sementara itu, Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Meskipun memiliki arah hubungan yang positif (koefisien 0,151), nilai T-statistic sebesar 1,072 dan P-value sebesar 0,289 menunjukkan bahwa pengaruhnya tidak signifikan secara statistik. Hal ini bisa terjadi karena konsumen menganggap kualitas produk antar penjual relatif seragam, atau karena mereka lebih mempertimbangkan faktor kemudahan akses dan kenyamanan lokasi.

Dalam model ini, tidak terdapat efek tidak langsung (indirect effect) karena tidak ada variabel mediasi yang dimasukkan. Oleh karena itu, hubungan antar variabel bersifat langsung (direct effect), dan pengujian indirect effect tidak relevan untuk dilakukan. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa Penentuan Lokasi merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi Minat Beli konsumen Aisyah Fried Chicken Tembilahan. Meskipun Kualitas Produk tetap penting untuk menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang, faktor lokasi lebih menentukan dalam keputusan awal pembelian oleh konsumen. Namun secara simultan variabel Kualitas Produk dan Penentuan Lokasi berpengaruh terhadap Minat Beli, jika dilihat dari nilai R-Square sebesar 0,802 dan hasil uji path coefficient masing-masing variabel yang signifikan secara keseluruhan.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Dengan kata lain, meskipun konsumen menilai bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik, hal tersebut belum cukup kuat untuk mempengaruhi keputusan mereka dalam membentuk niat membeli. Kemungkinan besar terdapat faktor lain yang lebih dominan, seperti strategi penetapan harga, strategi promosi, atau citra merek yang lebih menentukan dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Hasil ini tidak sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap minat beli, sehingga membuka ruang untuk kajian lebih lanjut mengenai konteks dan karakteristik konsumen yang menjadi objek dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, hasil analisis deskriptif, baik kualitas produk maupun penentuan lokasi dinilai cukup tinggi oleh konsumen. Oleh karena itu, pemilik Aisyah Fried Chicken disarankan untuk mempertahankan kualitas produk yang sudah baik, seperti menjaga rasa, penyajian, dan variasi menu. Selain itu, lokasi strategis saat ini juga perlu dipertahankan, terutama dalam aspek kenyamanan akses, visibilitas, dan fasilitas penunjang seperti tempat parkir yang memadai. Karena kualitas produk tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat beli secara statistik, maka disarankan agar manajemen lebih fokus pada inovasi produk, seperti menambah varian menu baru atau meningkatkan nilai tambah produk yang membedakan dengan kompetitor. Hal ini dapat memperkuat persepsi positif konsumen dan pada akhirnya dapat berdampak terhadap peningkatan minat beli ke depan.



Penentuan lokasi terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Untuk itu, sangat disarankan agar pemilik usaha memastikan lokasi tetap mudah dijangkau, aman, serta memberikan kenyamanan bagi konsumen. Selain itu, pemanfaatan lingkungan sekitar seperti pemasangan papan nama, promosi visual, dan kebersihan lingkungan dapat semakin meningkatkan daya tarik lokasi usaha tersebut. Karena secara simultan kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap minat beli, maka disarankan agar Aisyah Fried Chicken terus menjaga sinergi antara kualitas produk dan pemilihan lokasi yang tepat. Strategi pemasaran harus dirancang dengan mempertimbangkan kedua aspek ini secara terpadu agar menciptakan pengalaman konsumen yang memuaskan dan mendorong pembelian ulang

Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan mengkaji variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli, seperti strategi promosi, persepsi harga, atau pengalaman pelanggan. Selain itu, dapat dilakukan penelitian lebih lanjut dengan melibatkan kelompok konsumen yang lebih luas atau lokasi yang berbeda untuk memperoleh hasil yang lebih generalisasi. Selain itu, penelitian lebih lanjut dapat mempertimbangkan untuk menggunakan variabel mediator atau moderator yang dapat memengaruhi hubungan antara Kualitas Produk, Penentuan Lokasi, dan Minat Beli.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

