

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Sesuai hasil dari pengujian terkait “Pengaruh Variasi Produk, Lokasi, Dan Promosi Digital Terhadap Keputusan Pembelian Pada Edy Frozen Food Surabaya” berdasarkan sejumlah teori yang telah dibahas, maka dapat ditarik kesimpulan berupa:

1. Secara simultan, variabel variasi produk (X1), lokasi (X2), dan promosi digital (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Edy Frozen Food Surabaya
2. Variabel variasi produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Edy Frozen Food Surabaya
3. Variabel lokasi (X2) tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Edy Frozen Food Surabaya
4. Variabel promosi digital (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Edy Frozen Food Surabaya

5.2 Saran

Sesuai hasil kesimpulan yang peneliti jabarkan, berikut sejumlah saran yang bisa disajikan:

1. Untuk Perusahaan

Bagi perusahaan, penting untuk menyesuaikan permintaan pasar dengan variasi produk agar tetap kompetitif di pasar. Selain itu, peningkatan kenyamanan dan

aksesibilitas lokasi juga perlu dipertimbangkan guna memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan.

2. Untuk peneliti mendatang

Bagi peneliti mendatang disarankan agar memperluas penelitian melalui penambahan variabel lainnya yang dianggap mempengaruhi keputusan pembelian. Penggunaan metode lain yang beragam, seperti pendekatan kualitatif atau studi perbandingan dengan UMKM lain supaya dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam.