

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **1.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis pengaruh pengunjung dan pembeli terhadap nominal pembelian di KCS Mart Kefamenanu, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan variabel pengunjung terhadap variabel nominal pembelian di KCS Mart Kefamenanu. Variabel pengunjung berpengaruh terhadap nominal pembelian sebesar 84,3%.
2. Terdapat pengaruh signifikan variabel pembeli terhadap variabel nominal pembelian di KCS Mart Kefamenanu. Variabel pembeli dapat berpengaruh terhadap nominal pembelian sebesar 97,0%.
3. Terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama antara variabel pengunjung dan pembeli terhadap variabel nominal pembelian. Variabel pengunjung dan pembeli dapat berpengaruh terhadap nominal pembelian sebesar 97,2%.

#### **1.2 Saran**

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Dapat melakukan perbandingan antara metode regresi linear sederhana dan regresi linear berganda dengan metode lain yang dapat digunakan untuk melakukan prediksi.
2. Jumlah variabel yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini berjumlah tiga variabel yaitu pengunjung, pembeli dan nominal pembelian, sehingga peneliti lain nantinya dapat meneliti variabel yang belum digunakan dalam variabel penelitian ini.
3. Hasil perhitungan yang penulis buat ini dapat menjadi acuan bagi penulis lain agar dapat dikembangkan lagi pada penelitian berikutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23 Edition* 8. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kristiono, T. 2015. Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Memilih Tempat Belanja Di Kecamatan Malalayang Kota Manado. [Skripsi]. Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi. Manado.
- Kotler. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pelanggan*.
- Levy, M & Weitz, A.B. 2015. *Retailing Management 9th Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Made, Y. 2016. *Regresi Linier Berganda*. [Modul]. Fakultas Matematika Dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Udayana.
- Made, Y. 2016. *Regresi Linier Sederhana*. [Modul]. Fakultas Matematika Dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Udayana
- Mery, A. 2019. *Korelasi Antara Pengunjung dan Pembeli Terhadap Nominal Pembelian Di Alfamart Sengeti 3*. [Skripsi]. Progam Studi Tadris Matematika Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sulthan Thana Saifuddin. Jambi.
- Mihic, M. & I. Kursan. 2010. *Assessing The Situational Factors and Impulsive Buying Behavior: Market Segmentation Approach*. Management. 15 (2) 47 – 66.
- Pratomo, D. S. & E. Z. Astuti. 2014. *Analisis Regresi dan Korelasi Antara Pengunjung dan Pembeli Teradap Nominal Pembelian Di Indomaret Kedungmundu Semarang Dengan Metode Kuadrat Terkecil*. Ilmu Komputer (1).
- Rusydi, A. & M. Fadhli. 2018. *Statistik Pendidikan, Teori dan Praktik Dalam Pendidikan*. Medan: CV. Widya Puspita.
- Riduwan. 2014. *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode penelitian kuantitaif, kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Wahyuni, M. 2007. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan konsumen*. Yogyakarta.