

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen makan di warung Lambau Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto adalah:

1. Faktor promosi dengan nilai eigen value sebesar 5.827
2. Faktor kepuasan pelanggan dengan nilai eigen value sebesar 4.315
3. Faktor kualitas pelayanan dan lokasi dengan nilai eigen value sebesar 1.918
4. Faktor produk dengan nilai eigen value sebesar 1.766
5. Faktor harga dengan nilai eigen value sebesar 1.577
6. Faktor lingkungan dengan nilai eigen value sebesar 1.394
7. Faktor keistimewaan dengan nilai eigen value sebesar 1.204
8. Faktor orang dengan nilai eigen value sebesar 1.132

B. Saran

1. Variabel-variabel pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen makan di warung Lambau Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto memiliki korelasi yang tinggi sehingga model yang dibentuk layak digunakan, apabila terdapat faktor lain harus disesuaikan dengan faktor yang ada guna mempermudah dalam penelitian sebelumnya. Faktor-faktor yang keluar harus diperhatikan oleh pemilik warung Lambau untuk meningkatkan potensi konsumen agar tertarik berkunjung ke warung.
2. Untuk mempermudah bagi penelitian selanjutnya dalam menghitung kecukupan sampel maka peneliti sebaiknya menggunakan tabel Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) karena populasi tidak terbatas.