

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

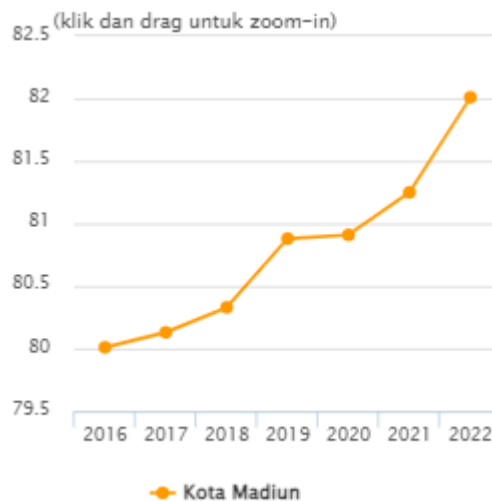
Pertumbuhan sebuah kota secara global wilayah Indonesia merupakan hal yang sangat penting sekali dalam melakukan berbagai macam perubahan untuk ketaraf kehidupan yang layak. Salah satu yang peranan meningkatkan potensi pemerintah atau pendapatan didukung oleh tempat pariwisata bagi wisatawan berkunjung dan nantinya akan berakibat terdorongnya beberapa fasilitas yang diberikan oleh pemerintah kepada pelaku UMKM. Pemerintah saat ini mulai gencar dalam melakukan transformasi terhadap pengembangan sektor pariwisata demi meningkatkan perekonomian suatu negara. Berbagai macam persaingan suatu usaha semakin tinggi, maka semakin dituntut untuk mempertahankan dan menarik konsumen sebanyak-banyaknya dalam memenangkan sebuah persaingan.

Kota Madiun merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Timur. Kota Madiun juga termasuk kedalam daerah yang melakukan pengembangan besar-besaran terhadap tempat pariwisata yang ada diwilayahnya (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2022). Kota Madiun mempunyai beberapa potensi yang sangat besar dalam sektor pariwisata yang khususnya pada potensi kota yang ada. Pariwisata yang ada di Kota Madiun

diantaranya seperti Perpustakaan Kota Madiun, Alun-Alun Kota Madiun, Monumen Mas Trip, Rawa Bening Edu Park, Pahlawan Street, dan Taman Bantaran Kota Madiun. Salah satu wisata yang saat ini trending banyak sekali wisatawan yang berkunjung yaitu pada Taman Bantaran Kota Madiun yang terletak di Jl. Ahmaad Yani, Kelurahan Pangongangan, Kecamatan Manguharjo, Kota Madiun. Wisata Taman Bantaran Kota Madiun merupakan destinasi wisata yang memiliki identik dengan pemandangan sungai brantas, taman lalu lintas bagi pengunjung yang ingin sekedar duduk, bersepeda atau orang yang ingin *jogging* disekitar taman bantaran, tempat belajar, dan cocok juga terdapat wahana pemancingan. Fasilitas yang terdapat di Taman Bantaran Madiun ini yaitu area olahraga, lapangan golf, *playground*, panggung budaya, taman lalu lintas area lintasan balap motor, rumah singgah, wifi gratis, warung UMKM, dan toilet umum yang disediakan oleh pihak pengelola (Naufal & Hidayati, 2022).

Fasilitas yang diberikan oleh Pemerintah Kota Madiun dengan memanfaatkan lahan kosong diisi beberapa gazebo-gazebo untuk para pengunjung untuk menikmati makanan dan minuman. Tidak hanya itu saja saat ini para pedagang UMKM yang berada Taman Bantaran Kota Madiun disediakan *space* atau tempat tersendiri untuk menjajakan makanan dan minuman bahkan sebagai penyewa jasa mainan untuk anak dan orang dewasa (Naufal & Hidayati, 2022). Pada saat kunjungan Taman Bantaran pengunjung

dengan mudah menemukan para UMKM makanan dan minuman di area yang telah disediakan. Penataan lokasi dan fasilitas yang telah diatur oleh Pemerintah Kota bertujuan sebagai peningkatan ekonomi masyarakat yang memiliki suatu usaha UMKM yang berada di Taman Bantaran Kota Madiun itu sendiri, hal itu akan mendasari dari peningkatan perekonomian suatu daerah dalam upaya peningkatan perekonomian. Terbukti dari data pengunjung yang beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan. Dapat ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 1. 1 Data Pertumbuhan Pengunjung Taman Bantaran Madiun

Sumber: RRI dan IDN Times Jatim, Tahun 2022

Berdasarkan tempat tersebut didukung data dari berita RRI Dayati (2023), menyatakan bahwa data laju pertumbuhan sebuah pengunjung di Taman Bantaran Kota Madiun dapat dilihat bahwa dari tahun ketahun

mengalami peningkatan yang cukup signifikan, hal ini dikarenakan ada beberapa faktor yang mendasari dari peningkatan tersebut seperti seseorang mempengaruhi orang lain berkunjung untuk menikmati pemandangan atau juga bersantai ngopi dengan menikmati suasana sungai Bantaran.

Sungai Taman Bantaran lambat laun mengalami beberapa peningkatan dalam eksistensi yang sangat tinggi dengan adanya perubahan dan keterbaruan terhadap trend saat ini, utamanya pada saat sungai bantaran surut jadi spot nongkrong *good* yang memiliki potensi sebagai lahan bisnis yang menjanjikan jika pengelolannya dilakukan dengan benar. Pada dasarnya tujuan dari sebuah bisnis tentunya menciptakan konsumen merasa puas (Fandy Tjiptono, 1997). Taman Bantaran Madiun hingga saat ini cukup ramai dikunjungi masyarakat yang menyediakan banyak fasilitas sarana dan prasarana untuk masyarakat Kota Madiun atau sekitarnya. Perkembangan usaha yang semakin meningkat dengan berbagai macam strategi, seperti yang dilakukan oleh Pemkot Madiun dalam mempengaruhi keputusan pembelian seperti terjadi di Taman Bantaran Madiun. Semakin maraknya perkembangan yang berbagai macam strategi untuk bersaing dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada Taman Bantaran Madiun ini merupakan pilihan yang baik bagi Pemkot Madiun bertujuan untuk mengurangi angka pengangguran terhadap warga Kota Madiun yang diberikan fasilitas tempat oleh pemerintah supaya warga dapat mendapatkan sebuah keuntungan yang bertujuan meningkatkan perekonomian dari hasil UMKM.

Bahkan dalam beberapa dekad saat ini Kota Madiun sangat antusias untuk berpartisipasi terhadap beberapa objek wisata. Hal ini dapat dibandingkan bahwa data kunjungan wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park dalam presentas perbandingan dengan Taman Bantaran Kota Madiun sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Data Kunjungan Wisata Taman Ngrowo Bening Edu Park

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1.	2021	120.453 %
2.	2022	182.032 %

Sumber: Koranmemo.Com

Oleh karena dalam perbandingan destinasi kunjungan mengenai destinasi wisata terkait kedua objek tersebut sudah berbeda dalam fokus untuk kunjungan yang beda destinasi dalam menikmati keindahan alam, Taman Bantaran berfokus ada personasi sungai dan juga wahana wisata lalulintas bahkan makanan, jika Taman Ngrowo Bening memiliki destinasi tentang keindahan pohon besar yang indah sejuk untuk dipandang serta digunakan untuk berkemah.

Berdasarkan penelitian tersebut adanya dukungan dalam pengembangan Pemkot Madiun dan fasilitas Taman Bantaran Madiun, perlu diketahui keputusan masyarakat pergi ke Bantaran. Maka peneliti ingin meneliti terkait dengan pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung masyarakat Madiun pergi ke Taman Bantaran Madiun. Faktor

tersebut diantaranya adalah faktor internal dalam penataan yang dilakukan oleh pemerintah kota dan faktor eksternal yang berada di luar pemerintah kota. Sehingga peneliti ingin mengetahui keputusan masyarakat berkunjung ke bantaran. Dari beberapa faktor menurut jurnal *subject norma*, *word of mouth* (WOM), lokasi, fasilitas yang mempengaruhi keputusan berkunjung adalah penelitian dari (Aryadhe et al., 2018), (Manajemen et al., 2019), (Fitri aprilia, 2002), (Vebiansyah, 2016), (Safari et al., n.d.), (Andina & Aliyah, 2021), (Hana et al., 2022), (Wahyuni & Yusuf, 2022), (Hanggita, 2018), (Rochmah & Rosy, 2021), (Prastiwi et al., 2023), (Ma et al., 2019), (Dewi & Hasanah, 2023) , dan (*Edunomika t Vol. 05, No. 01 (2021)*, 2021) dari beberapa faktor yang mempengaruhi peneliti membatasi pada variabel seperti *subject norma*, *word of mouth* (WOM), lokasi, fasilitas yang dilakukan Pemkot Madiun terhadap keputusan berkunjung.

Tabel 1. 2 Research Gap Variabel Penelitian

No	Nama Penulis	Judul	Variabel	Simpulan
1.	E Milawati Anggraeni (2021)	Pengaruh Norma Subjektif Dan Kontrol Perilaku Terhadap Intensi Berwirausaha (Survey Pada Peserta Didik Jurusan Pemasaran	<i>Subjective norms</i> (subektif norma)	Menyatakan bahwa <i>subjective norms</i> tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung

		dan Akuntansi di MAK Daarul Abroor Cisayong)		
2.	Wahyuni & Yusuf, (2022)	Pengaruh Sikap Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pascapandemi Covid-19 (Survei Pada Pengunjung Saung Bali Karawang)	<i>Subjective norms</i> (subektif norma)	Adanya pengaruh yang signifikan <i>subjective norms</i> terhadap keputusan berkunjung.
3.	Dewi & Hasanah, (2023)	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-Wom), <i>Brand Image</i> dan <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Wardah di Indonesia	<i>Word Of Mouth</i>	Menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan <i>word of mouth</i> terhadap keputusan berkunjung.
4.	Azizah, (2022)	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> (Wom), Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan	Lokasi	Menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan faktor lokasi terhadap keputusan berkunjung.

		Pembelian (Studi Kasus Konsumen Pada Toko Pasundan Pusat Dukuhwaluh, Kecamatan Kembaran, Kabupaten Banyumas)		
5.	Rochmah & Rosy, (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Masyarakat	Fasilitas	Menjelaskan bahwa terdapat pengaruh singnifikan faktor fasilitas terhadap keputusan berkunjung.

Sumber: Peneliti (2024)

Subjective norms (subektif norma) adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan (Septifani, 2014). Lee (2009) menyatakan bahwa pengaruh norma subjektif, menjadi prediktor utama dalam pengambilan keputusan pembelian dimana pengaruh norma subjektif mampu untuk menyarankan, mengolah dan memperkuat suatu tindakan atau perilaku pembelian konsumen. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa norma subjektif merupakan salah satu pendorong utama pengambilan keputusan berkunjung individu yang dipengaruhi oleh pendapat orang lain

(*referen*). Kota Madiun yang saat ini mulai gencar untuk melakukan berbagai macam pengembangan menjadi Kota Wisata dengan adanya destinasi baru menunjukkan bahwa peningkatan citra lokasi wilayah yang sangat baik dan didukung dengan adanya para kalangan anak muda melakukan kunjungan ketempat Taman Bantaran Kota Madiun untuk berkumpul menikmati senja diwaktu sore hari yang dapat mempengaruhi pemikiran seseorang untuk bergabung ikut dalam kunjungan tersebut. Dengan kunjungan seseorang di Taman Bantaran Kota Madiun dapat dibandingkan pada tempat wisata Ngrowo Bening, hal ini memiliki perbedaan yang mungkin bisa dikatakan sangat berbeda jauh karena sisi menikmati suasana yang lebih enak dipandang dan juga lebih memiliki spot-spot alam yang ada ditaman bantaran seperti sungai untuk spot memancing, bermain, berolahraga sangatlah terbuka, jika dibandingkan dengan ngrowo bening yang terfokus dengan keasrian tempat sejuk dibawah pohon besar sangat lah kurang menarik dikalangan anak muda.

Hal yang mendasari dari indikator pemikiran seseorang dalam melakukan kunjungan yang didapatkan dari pendapat orang lain. Dengan ini *subjective norms* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung. Fenomena ini diperkuat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh (Aryadhe et al., 2018), (Hana et al., 2022), dan (Wahyuni & Yusuf, 2022) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan *subjective norms* terhadap keputusan berkunjung. Bahkan ada beberapa sumber menurut E

Milawati Anggraeni (2021) yang menyatakan bahwa *subjective norms* tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung

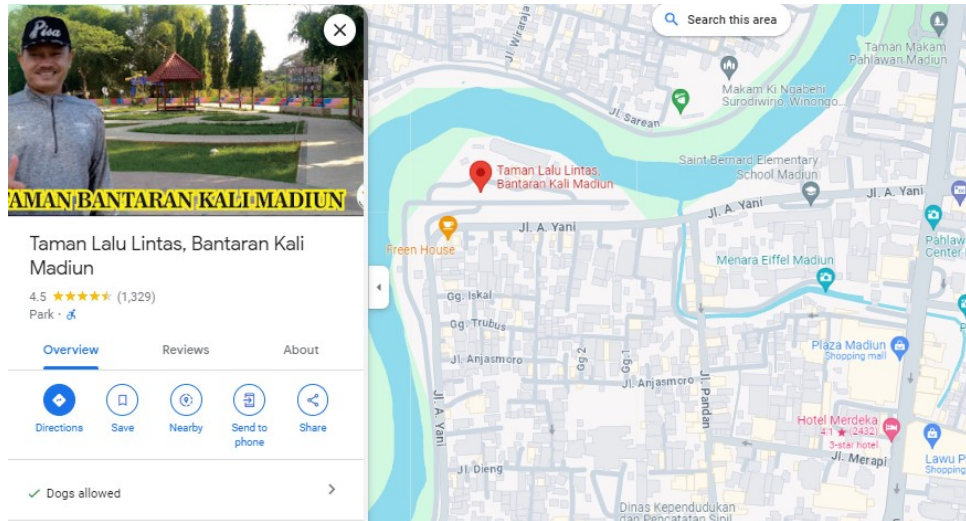
Word of mouth merupakan salah satu alat promosi dengan biaya rendah namun dapat mencapai efektivitas yang sangat besar pada penjualan perusahaan. *Word of mouth* menjadi sangat penting ketika tempat wisata yang disarankan memiliki nilai positif atau kesan yang baik bagi pengunjung (Fitri Aprilia, 2002). Menurut Mowen dan Minor (2002: 182) komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) mengacu pada pertukaran komentar, pemikiran, atau ide-ide diantara dua konsumen atau lebih, yang tak satupun merupakan sumber pemasaran. Objek wisata Taman Bantaran memiliki banyak sekali pengunjung baik dari kalangan orang dewasa maupun remaja, dari beberapa pengalaman dari konsumen pengunjung di lokasi wisata ini sudah menemukan titik kepuasan konsumen terhadap tempat wisata ini, dengan adanya itu wisatawan yang sudah pernah berkunjung mereka memberikan ungkapan dari mulut-kemulut dalam mempengaruhi teman maupun kerabat dekat untuk dapat berkunjung pada tempat wisata Taman Bantaran Kota Madiun, hal ini dapat dibuktikan bahwa “Setiap minggu orang yang datang sebanyak 10.000 orang yang dipengaruhi oleh beberapa kerabat dekat, saudara, bahkan beberapa himbauan dari panitia. Ada 700 UMKM yang berjualan di sekitar taman Bantaran Sungai Bengawan Madiun <https://surabaya.kompas.com/read/2023/07/27/170220978/sungai-bengawan->

[madiun-jadi-destinasi-wisata-air-ada-speedboat-dan-jetski](#). Kalau disambung dengan wisata ini akan menjadi lebih ramai lagi” dikutip dari berita Kompas.Com (Muhlis Al Alawi, 2023). Dengan kunjungan tempat wisata Taman Bantaran Kota Madiun ini sangatlah banyak sekali dikunjungi oleh masyarakat sekitar dan luar Madiun, dapat dibandingkan dengan tempat wisata Ngrowo Bening yang mungkin biasanya jarang sekali dikunjungi orang-orang karena mungkin bisa dikatakan kurang ramai kunjungan yang pada umumnya dilakukan untuk kepentingan sekolah seperti bumi perkemahan, upacara sekolah, upacara kegiatan pemerintahan dan lain sebagainya, maka dapat dikatakan Taman Bantaran lebih cocok untuk sebagai destinasi wisata yang dikunjungi. Terdapat indikator yang sangat mempengaruhi seseorang berkunjung pada umumnya yaitu seseorang yang merekomendasikan, memberikan dorongan kepada teman untuk berkunjung untuk menikmati pemandangan serta berolahraga (Hana et al., 2022). Oleh karena itu *Word Of Mouth* (WOM) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung. Fenomena ini diperkuat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh (Liana et al., 2016), (Putro et al., 2015), (Rahmawati, 2017), (Fauji, 2018), (Putra et al., 2022), dan (Dewi & Hasanah, 2023) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung.

Lokasi adalah sebuah tempat untuk melayani sebuah konsumen dan lokasi dapat diartikan sebagai sebuah tempat untuk memajangkan barang

dagangannya kepada konsumen (Kasmir, 2006). Berdasarkan pemilihan lokasi merupakan hal yang sangat penting sekali dalam melakukan pertimbangan matang, karena lokasi akan menentukan sebuah perusahaan beroperasi dalam melakukan kegiatan untuk menghasilkan sebuah barang maupun jasa yang mengutamakan dari segi perekonomian. Lokasi yang dapat dikatakan strategis sangat menentukan keberlangsungan sebuah usaha menuju keberhasilan (Lupiyoadi, 2001). Faktor penting dalam pengembangan sebuah usaha adalah tata letak lokasi dan juga jarak tempuh waktu ke lokasi tujuan sangatlah di pertimbangkan dalam sektor pariwisata. Hal ini didukung dengan adanya kutipan berita yang menandakan memiliki potensi sebagai lokasi wisata yang strategis menurut Madiun Today “Optimalisasi lahan potensial terus dilakukan oleh Wali Kota Madiun Maldi untuk meningkatkan daya tarik kota. Salah satunya seperti yang dilakukan oleh orang nomor satu di Kota Pendekar itu terhadap Taman Kali Bantaran Kota Madiun” (Ws Hendro, 2023). Hal ini dapat dibuktikan mengenai lokasi strategis Taman Bantaran Kota Madiun sebagai berikut:

Gambar 1. 2 Lokasi Taman Bantaran Kota Madiun



Dari hasil observasi mengenai objek wisata Taman Bantaran Kota Madiun yang berlokasi di dekat pusat kota dan dengan didorong adanya akses jalan dan akses lokasi yang potensial sebagai tempat wisata tersebut maka ketertarikan pengunjung untuk datang ke Taman Bantaran terdapat peningkatan yang signifikan, jika dibandingkan dengan taman wisata Ngrowo Bening yang jarang orang ketahui kemungkinan kecil sekali seseorang mengunjungi objek wisata tersebut, hal ini mendeskripsikan bahwa lokasi yang strategis sangat membantu sekali dalam upaya mengenalkan kepada seseorang dalam berkunjung. Adanya indikator seperti akses lokasi mudah dan tempat parkir yang luas memberikan nilai plus tersendiri terhadap objek wisata taman Bantaran Kota Madiun. Fenomena ini diperkuat dari hasil penelitian oleh (Fauji, 2018) dan (Rahmawati, 2017) yang menjelaskan bahwa

terdapat pengaruh yang signifikan faktor lokasi terhadap keputusan berkunjung.

Fasilitas merupakan sarana yang memiliki sifat memberikan kemudahan bagi pengunjung untuk melakukan suatu aktifitas. Fasilitas menjadi suatu bahan pertimbangan konsumen/pengunjung dalam menentukan suatu pilihan. Apabila semakin lengkap fasilitas yang disediakan oleh pihak pengelola wisata tersebut, maka semakin banyak pelanggan yang datang dan semakin puas akan terus kembali ke tempat wisata tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi pengunjung (Tjiptono, 2006). Fasilitas ini adalah suatu faktor pendukung yang memberikan pengaruh sangat penting dalam suatu tempat wisata karena dengan adanya fasilitas yang lengkap bahkan perawatan yang baik maka pengunjung akan merasa puas dan nyaman. Berikut merupakan bentuk fasilitas yang ada di Taman Bantaran Kota Madiun:

Gambar 1.3 Fasilitas Taman Bantaran Kota Madiun



Sumber: Media Sosial Madiuntoday

Dari fasilitas objek wisata Taman Bantaran Kota Madiun ini memiliki berbagai macam fasilitas yang disediakan bagi pengunjung antara lain area bermain anak, taman lalu lintas untuk media belajar, gazebo, *food court*, gazebo, dan tempat parkir baik mobil ataupun motor. Pada fasilitas yang telah disediakan ini beberapa manfaat yang belum dirasakan pengunjung secara maksimal. Seperti beberapa gazebo yang tidak dapat berfungsi karena sudah tidak dapat terpakai akibat dimakan usia, lahan parkir mobil yang kurang sehingga jika ada kepadatan pengunjung parkir kendaraan dialihkan dipingir jalan raya yang beresiko meimbulkan kemacetan. Namun jika dibandingkan dengan objek wisata taman Ngrowo Bening sangatlah lebih baik taman Bantaran Kota Madiun hal ini dari segi kelengkapan fasilitas yang ada sangatlah cukup kompleks sekali didalam fasilitas yang ada di taman Ngrowo Bening terdapat aula saja. Dengan adanya hak tersebut terdapat indikator yang peralatan dan perabotan yang sangat dipersiapkan di lokasi Taman Bantaran Kota Madiun yang berguna untuk menarik konsumen datang. Oleh karena itu faktor fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung. Fenomena ini diperkuat dari hasil penelitian oleh, (Rahmawati, 2017), dan (Rochmah & Rosy, 2021) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan faktor fasilitas terhadap keputusan berkunjung.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian yang berjudul "**Pengaruh *Subject Norma, Word Of***

Mouth (Wom), Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Taman Bantaran Kota Madiun)

B. Batasan Masalah

Supaya penelitian ini tidak menyimpang dari pokok bahasan yang diteliti serta agar penelitian ini tetap terfokus dan tidak melebar dari tujuan, maka peneliti menetapkan batasan pada ruang lingkup penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada pengunjung Taman Bantaran Madiun
2. Pembahasan akan mencakup *subject norma*, *word of mouth (WOM)*, lokasi, fasilitas sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat.

C. Rumusan Masalah

Mengacu latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *subject norma* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Taman Bantaran Madiun)?
2. Apakah *word of mouth (WOM)* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Taman Bantaran Madiun)?
3. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Taman Bantaran Madiun)?

4. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Taman Bantaran Madiun)?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk memberikan bukti empiris terkait pengaruh subject norma terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Taman Bantaran Madiun)?
2. Untuk memberikan bukti empiris terkait pengaruh *word of mouth* (WOM) terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Taman Bantaran Madiun)?
3. Untuk memberikan bukti empiris terkait pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Taman Bantaran Madiun)?
4. Untuk memberikan bukti empiris terkait pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Taman Bantaran Madiun)?

E. Kegunaan Penelitian

Hasil dari studi empiris yang dilakukan oleh penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Sebagai proses dalam pembelajaran dan sarana dalam mempraktekkan teori maupun metode-metode yang telah dipelajari di bangku perkuliahan dalam

mengatasi permasalahan yang ada di dunia nyata, dalam hal ini adalah mengenai pengaruh *subject norma*, *word of mouth* (WOM), lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Pihak Taman Bantaran Madiun

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu rujukan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan keputusan pembelian yang dilakukan pengunjung serta dapat melihat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian di masa yang akan datang.

4. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan penelitian dan dapat digunakan sebagai acuan penelitian selanjutnya.

5. Bagi Pihak Lain

Diharapkan penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang bisnis dan manajemen, serta dapat untuk mengkaji permasalahan yang terkait dengan penelitian ini yaitu pengaruh *subject norma*, *word of mouth* (WOM), lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian.