

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan diatas serta berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian sebagaimana telah dibahas dalam skripsi ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk (X1) nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Karena  $0,000 < \alpha$  0,05. Pengujian Uji t pada H1 memperoleh  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  4,401  $> t_{table}$  1,66088 atau 1,661, maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti secara parsial Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).
2. Harga (X2) nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Karena  $0,000 < \alpha$  0,05. Pengujian Uji t pada H2 memperoleh  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  4,521  $> t_{table}$  1,66088 atau 1,661, maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti secara parsial Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).
2. Promosi (X3) nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Karena  $0,000 < \alpha$  0,05. Pengujian Uji t pada H3 memperoleh  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  4,429  $> t_{table}$  1,66088 atau 1,661, maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti secara parsial Promosi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).
3. Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Promosi (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada pengguna Honda Vario 125 di Kabupaten Demak. Hasil F hitung sebesar 114.709 dengan nilai signifikansi 0,000. Dimana nilai signifikansi ini

kurang dari nilai alpha yaitu 0,05 sehingga memberikan kepuasan bahwa semua variabel independen (Kualitas Produk, Harga dan Promosi) secara simultan bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (Keputusan Pembelian).

4. Hasil uji F dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 114,709 > dari  $F_{tabel}$  sebesar 2,70 dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 < dari taraf signifikansi 5% atau 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, harga dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
5. Hasil uji regresi linier berganda diperoleh hasil persamaan model regresi

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = -0,517 + 0,385 X_1 + 0,435 X_2 + 0,316 X_3 + e$$

Interpretasi persamaan linear berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta pada persamaan regresi sebesar -0,517 menunjukkan bahwa jika variabel independen lainnya bernilai 0, maka variabel Keputusan Pembelian sebesar -0,517.
- b. Koefisien regresi Kualitas Produk ( $X_1$ ) koefisien sebesar 0,385 artinya apabila Kualitas Produk mengalami peningkatan sebesar 1% sedangkan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,385 dengan catatan variabel lain dianggap tetap.
- c. Koefisien regresi Harga ( $X_2$ ) koefisien sebesar 0,435 artinya apabila Harga mengalami peningkatan sebesar 1% sedangkan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel dependen yaitu Keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,435 dengan catatan variabel lain dianggap tetap.

- d. Koefisien regresi Promosi (X3) koefisien sebesar 0,316 artinya apabila Promosi mengalami peningkatan sebesar 1% sedangkan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel dependen yaitu Keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,316 dengan catatan variabel lain dianggap tetap.
6. *R square* sebesar 0,775 atau 78,2%. Artinya bahwa variabel kualitas produk, harga, dan promosi mampu menjelaskan keputusan pembelian dengan sebesar 78,2% dan sisanya (100% - 78,2%) sedangkan sisanya 21,8% dipengaruhi oleh faktor lain atau variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dikemukakan maka pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pengguna Honda Vario 125 2021 di Kabupaten Demak, penulis memberikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat, yaitu :

1. Kepada Perusahaan untuk selalu meningkatkan penelitian berikutnya :
  - a. Memberikan masukkan harga yang terjangkau bagi konsumen khususnya di wilayah Kabupaten Demak dan sekitarnya agar keputusan pembelian menjadi meningkat :
  - b. Peningkatan kualitas produk dari Honda Vario sehingga memberikan daya tarik yang maksimal terhadap konsumen yang dapat meningkatkan volume penjualan pada perusahaan :
  - c. Strategi promosi yang lebih bervariasi supaya lebih menarik daya beli konsumen dengan menambah frekuensi iklannya di radio, surat kabar, Televisi, dan sebagainya serta lebih sering menjadi sponsor event-event yang diadakan di Kabupaten Demak,

2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan sampel yang digunakan lebih banyak dan menambah variabel yang menyangkut aspek tersebut untuk mengetahui variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian Honda Vario 125 2021 di luar variabel-variabel yang telah diteliti penulis.