

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh dari harga, kualitas produk dan promosi menggunakan media sosial terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari uji t, variabel harga secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena harga yang diberikan setara dengan kualitas produk yang didapatkan konsumen sehingga dapat dikatakan konsumen tidak merasa dirugikan.
2. Berdasarkan hasil dari uji t, variabel kualitas produk secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena pada kenyataannya kualitas produk yang ditawarkan *Hand Sanitizer* Antis jauh mengungguli produk pesaing lainnya. Dapat dilihat dari komposisinya *Hand Sanitizer* Antis mengandung 70% alkohol namun pada saat digunakan tidak membuat tangan menjadi kering walaupun sering digunakan.
3. Berdasarkan hasil dari uji t, variabel promosi menggunakan media sosial secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena perusahaan Enesis Group melakukan promosi tidak hanya melalui iklan di televisi saja namun juga mempromosikan *Hand Sanitizer*

Antis di instagram, youtube dan juga facebook hal ini sesuai dengan generasi Z yang merupakan generasi yang selalu terhubung dengan internet. Dapat dilihat dari akun instagram dan facebook dari produk *Hand Sanitizer* Antis yang mempunyai banyak pengikut (*followers*).

4. Berdasarkan hasil dari uji F yang telah dilakukan dapat diketahui secara simultan bahwa harga, kualitas produk dan promosi menggunakan media sosial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Konsumen cenderung membeli sebuah produk dengan harga yang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan, kualitas produk yang dapat bersaing dan mumpuni, dan dari promosinya yang mudah diterima dengan menggunakan media sosial.
5. Berdasarkan hasil dari analisis regresi linier berganda, koefisien konstanta sebesar 4,108 dan bertanda positif hal ini menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan promosi menggunakan media sosial berpengaruh meningkatkan keputusan pembelian *Hand Sanitizer* Antis. Persamaan analisis regresi linier berganda diperoleh nilai $Y = 4,108 + 0,298X_1 + 0,531X_2 + 0,304X_3 + e$, persamaan tersebut menjelaskan bahwa seluruh variabel bebas yang terdiri dari harga, kualitas produk dan promosi menggunakan media sosial memberikan pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian.
6. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) yang telah dilakukan memperoleh hasil sebesar 70,8% hal ini menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan promosi menggunakan media sosial memiliki hubungan yang kuat.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan hasil penelitian diatas, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian sebagai berikut:

1. Pada variabel harga, perusahaan diharapkan memperhatikan kesesuaian harga dengan kualitas produk yang di tawarkan, manfaat yang diberikan dan juga perusahaan perlu memonitor agar harga yang ditetapkan oleh pesaing agar perusahaan tidak menetapkan harga terlalu tinggi atau terlalu rendah dari harga produk pesaing.
2. Pada variabel kualitas produk, peneliti menyarankan perusahaan agar meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk agar tetap sesuai dengan harga yang ditawarkan kepada konsumen dan juga perusahaan memberikan inovasi-inovasi baru maka diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian.
3. Pada variabel promosi menggunakan media sosial, peneliti menyarankan perusahaan agar meningkatkan lagi upaya promosi menggunakan media sosial perbanyak promosi melalui tiktok, youtube dan akun media sosial lainnya. Perusahaan juga perlu membuat promosi sesering dan semenarik mungkin untuk mengenalkan produk atau agar lebih dekat dengan konsumen. Dengan promosi yang menarik maka akan membuat konsumen tertarik untuk membeli.

