

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan pada BAB IV maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan pengujian hipotesis 1 menunjukkan bahwa variabel Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian sehingga hipotesis 1 diterima, Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Berdasarkan pengujian hipotesis 2 menunjukkan bahwa variabel Harga tidak berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian sehingga hipotesis 2 tidak diterima, Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis 3 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian sehingga hipotesis 3 diterima, Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
4. Berdasarkan pengujian hipotesis 4 menunjukkan bahwa variabel promosi, Harga dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian sehingga hipotesis 4 diterima, promosi, Harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
5. Hasil uji Regresi Linier Berganda Diketahui :

$$Y = 7,838 + 0,120X_1 + 0,306X_2 + 0,325X_3$$

Keterangan :

X_1 = Variabel bebas Harga

X_2 = Variabel bebas Promosi

X_3 = Variabel bebas Kualitas Produk

Y = Variabel terikat Keputusan Pembelian

5.2 Saran

Untuk menambah manfaat pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan beberapa saran yaitu antara lain :

1. Bagi toko Bapak Faidhi
 - a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dengan demikian toko kain Bapak Faidhi harus dapat meningkatkan kualitas produk sehingga akan menciptakan keputusan pelanggan.
 - b. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, walau demikian toko kain Bapak Faidhi sebaiknya tetap memakai harga semurah mungkin agar terjangkau oleh konsumen.
 - c. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan demikian toko

kain Bapak Faidhi harus meningkatkan promosi, supaya produk kenari lebih dikenal oleh konsumen.

2. Bagi peneliti yang lain
 - a. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel-variabel yang mungkin memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.
 - b. Peneliti selanjutnya bisa menggunakan metode yang lain dalam melakukan penelitian tentang pengaruh keputusan pembelian.

