

BAB V

PENUTUPAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dan yang telah dilakukan oleh data serta pembahasan yang telah diberikan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Hasil Uji Parsial (Uji t) dalam penelitian ini adalah
 - a. Hasil Uji t Variabel Harga membuktikan nilai $t_{hitung} 4,077 > t_{tabel} 1,984$ dengan Sig. $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial variable Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk MS Glow pada Asa *Beautty* MS Glow Pleburan Barat Semarang.
 - b. Hasil Uji t Variabel Kualitas Produk membuktikan nilai $t_{hitung} 2,065 > t_{tabel} 1,984$ dengan Sig. $0,042 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial variable Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk MS Glow pada Asa *Beautty* MS Glow Pleburan Barat Semarang
 - c. Hasil Uji t Variabel *Brand Imge* membuktikan bahwa nilai $t_{hitung} 5,287 > t_{tabel} 1,984$ dengan Sig. $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial variable *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk MS Glow pada Asa *Beautty* MS Glow Pleburan Barat Semarang.

2. Hasil Uji Simultan (Uji F) dalam penelitian ini adalah

$F_{hitung} 127,084 > F_{tabel} 2,70$ dengan nilai sig. 0,000 karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa harga, kualitas produk, dan *brand image* berpengaruh secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kecantikan pada *Asa Beauty MS Glow Pleburan Barat Kota Semarang*.

3. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda pada penelitian ini adalah

$$Y = 0,040 + 0,411X_1 + 0,115X_2 + 0,564X_3 + e$$

4. Hasil Uji Determinan (R^2) pada penelitian ini adalah

Nilai R^2 sebesar 0,797 berarti bahwa secara bersama-sama antara harga, kualitas produk, dan *brand image* memenuhi keputusan pembelian sebesar 79,7% selebihnya 20,3% dijelaskan oleh variable selain harga, kualitas produk dan *brand image* yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan sehingga menyampaikan beberapa yang diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian Harga, Kualitas Produk, dan *Brand Image* ataupun melakukan penelitian sejenis maupun mengembangkan penelitian tersebut. Adapun saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan variable lain yang belum pernah diteliti sebelumnya, seperti *Loyalitas Konsumen* dalam

penelitian ini untuk memperkaya pengetahuan dalam hal Keputusan Pembelian.

2. Bagi peneliti selanjutnya, jika memungkinkan dapat menambah jumlah partisipan sehingga dapat meningkatkan kualitas penelitian secara statistic.
3. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dan pertimbangan bagi MS Glow untuk bisa mempertahankan Harga agar bisa tetap bersaing, selalu mempertahankan ataupun meningkatkan Kualitas Produk MS Glow agar konsumen tetap memakai dengan aman dan nyaman, dan *Brand Image* yang baik dan bahkan dapat meningkatkan yang sudah dimiliki, seperti dalam hal memberikan pelayanan terbaik, terus berusaha sebagai produk kecantikan/*skincare* kulit dan tubuh yang diminati oleh seluruh masyarakat dan tetap menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan lainnya.