

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **1.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT Indolakto (Studi Kasus Indomilk Kota Semarang), maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- a) Berdasarkan hasil uji t pada variabel Harga (X1) diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $5,413 > 1,984$  (diperoleh dari t tabel) artinya H1 diterima Ho ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Indolakto.
- b) Berdasarkan hasil uji t pada variabel Citra Merek (X2) diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,986 > 0,05$  nilai t hitung  $-0,018 < 1,984$  (diperoleh dari t tabel) artinya H2 ditolak Ho diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Indolakto.
- c) Berdasarkan hasil uji t pada variabel Kualitas Produk (X3) diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,023 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,308 > 1,984$  (diperoleh dari t tabel) artinya H3 diterima Ho ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Indolakto.
- d) Berdasarkan hasil uji F bahwa Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk secara simultan didapatkan nilai Fhitung sebesar  $27,805 > 2,70$  dan nilai

signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_4$  diterima  $H_0$  ditolak artinya Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Indolakto.

- e) Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, diperoleh persamaan regresi yaitu :

$$Y = 4,365 + 0,467X_1 - 0,002X_2 + 0,280X_3 + e$$

Persamaan regresi diatas digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi masing-masing faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

- f) Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai adjusted r square adalah 0,448, artinya variasi variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen (harga, citra merek dan kualitas produk) sebesar 44,8% sedangkan 55,2% tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

## 1.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan agar dapat meningkatkan keputusan pembelian Indomilk di Kota Semarang. Adapun saran-saran yang diberikan antara lain :

1. Perusahaan diharapkan dapat mempertahankan penetapan harga yang terjangkau karena konsumen dalam menentukan keputusan pembelian produk akan melakukan perbandingan harga terhadap produk yang sama.

2. Perusahaan juga perlu menjaga citra merek dan meningkatkan kualitas produk yang lebih baik karena citra merek dan kualitas produk bagi konsumen sangat penting, sehingga perusahaan harus selalu melakukan evaluasi.
3. Bagi peneliti mendatang diharapkan untuk dapat menambah pengetahuan agar dapat menghasilkan penelitian yang sempurna terhadap variabel-variabel yang diteliti serta menambah variabel yang menjadi faktor pengaruh keputusan pembelian yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

