

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan mengenai produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sebagai berikut:

Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mebel pada CV Waka Jaya Belitang Kab. OKU Timur dengan t_{hitung} memiliki nilai positif sebesar 2,251. Dengan ketentuan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,251 > 1,688$) dan nilai signifikan $0,031 < 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mebel pada CV Waka Jaya Belitang Kab. OKU Timur dengan t_{hitung} memiliki nilai positif sebesar 4,224. Dengan ketentuan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,224 > 1,688$) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mebel pada CV Waka Jaya Belitang Kab. OKU Timur dengan t_{hitung} memiliki nilai positif sebesar 3,634. Dengan ketentuan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,634 > 1,688$) dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Produk, harga, dan promosi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian mebel pada CV Waka Jaya Belitang Kabupaten OKU Timur. Berdasarkan tabel anova $F_{hitung} > F_{tabel}$ $96,231 > 2,87$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu produk, harga dan promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

B. Saran

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari penelitian, penulis memberikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat untuk diterapkan antara lain:

1. Bagi perusahaan hendaknya terus menjaga kualitas produk dan menjaga hubungan baik dengan konsumen, serta memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen agar bisa menarik lebih banyak konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.
2. Bagi peneliti selanjutnya penambahan variabel penelitian lainnya agar dapat menjadikan suatu penelitian lebih baik lagi. Penggunaan teknik analisis data yang lain juga dapat digunakan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.

3. Diharapkan penelitian dapat dijadikan referensi dan informasi tambahan bagi penelitian selanjutnya dan jika peneliti ingin melakukan penelitian yang sama dan teknik pengumpulan data yang sama diharapkan dengan menambahkan variabel yang lain dengan harapan agar penelitian ini lebih berkembang.