

BAB V

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian tentang “ Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bantal Moker” maka dapat disimpulkan bahwa :

- a. Kualitas Produk (X1) secara parsial memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai T hitung kualitas produk (X1) sebesar 1.712 didukung oleh nilai sig. sebesar 0,090 bahwa lebih besar dari 0,05 (5%) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sampai - sampai bisa dikatakan variabel kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk yang berada di Toko Bantal Moker antara lain produk set baby, bantal leher, bantal printing, bantal love dan lain-lain. Produk akan ditawarkan oleh Toko Bantal Moker memiliki kualitas bagus dan mutu yang terjamin, serta kinerja karyawan yang akan mempengaruhi keputusan pembelian. Konsumen mempengaruhi kualitas produk . Jika kualitas produk di Toko Bantal Moker mutunya terjamin maka akan membeli produk tersebut.
- b. Kualitas Layanan (X2) secara parsial memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai T hitung kualitas layanan (X2) sebesar 1,797 didukung dengan nilai sig. sebesar 0,075 bahwa lebih besar dari 0,05 (5%) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sampai - sampai bisa dikatakan variabel kualitas layanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas layanan yang berada di Toko Bantal Moker memiliki pelayanan akan sesuai dengan keinginan pelanggan. Pelayanan harus memperhatikan dan

menjelaskan macam – macam produk yang konsumen tidak mengetahuinya. Jika layanan di Toko Bantal Moker memiliki respon bagus maka pelanggan akan membeli produk sedangkan respon tidak bagus maka pelanggan tidak akan membeli produk tersebut

c. Harga (X3) secara parsial memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan harga hitung nilai T (X3) sebesar 1.820 didukung dengan nilai sig. sebesar 0,072 bahwa lebih besar dari 0,05 (5%) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sampai – sampai bisa dikatakan variabel harga (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga suatu alat jual beli untuk membeli suatu produk . Serta harga sudah di tetapkan oleh pemilik toko . Tetapi harga produk ada yang harga murah dan mahal dengan kualitas yang bagus. Produk yang dihasilkan berpengaruh pada pelanggan . Serta harga produk yang dibeli oleh pelanggan akan merasa puas dan senang Untuk harga produk di Toko Bantal Moker bisa dijangkau oleh semua kalangan dari atas maupun bawah. Harga produk di Toko Bantal Moker bisa dibandingkan dari toko 1 ke toko lainnya .

d. Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan , dan Harga memberikan pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. hitung 3.069 dan nilai signifikansi sebesar 0,032. Nilai F hitung ($3.069 > 0,05$) dan makna $0,032 > 0,05$,berarti hipotesis di terima . Maka kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2), dan harga (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Pelanggan sangat memperhatikan harga dalam keputusan pembelian. Variabel akan paling berpengaruh ialah variabel harga dan betanya sebesar 183.

5.2 Saran

Dilihat dari hasil penelitian yang telah selesai, ada beberapa saran yang penulisan berikan yaitu sebagai berikut :

1. Bagi yaitu perusahaan, hasil – hasil penelittian ini menunjukkan harga berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian, sehingga perusahaan (Toko Bantal Moker) perlu menetapkan atau tetap menjaga harga disamping kualitas produk dan layanan agar konsumen merasa puas dengan produknya.
2. Memberikan respon baik yang cepat , tepat, dan tanggap kepada konsumen bila membeli produk di Toko Batal Moker.