

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Temuan penelitian tentang Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Cassava pada UMKM Bintang Anugrah Kota Mojokerto didasarkan pada temuan analisis penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya sebagai berikut, yaitu :

1. Variabel Harga (X1) memperoleh nilai t hitung sebesar $2,446 > t$ tabel $1,989$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,017 < 0,05$ sehingga dapat diperoleh kesimpulan secara individu berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian (Y) Kerupuk Cassava pada UMKM Bintang Anugrah Kota Mojokerto.
2. Variabel Kualitas Produk (X2) memperoleh nilai t hitung sebesar $3,020 > t$ tabel $1,989$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$ sehingga dapat diperoleh kesimpulan secara individu berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian (Y) Kerupuk Cassava pada UMKM Bintang Anugrah Kota Mojokerto.
3. Variabel Citra Merek (X3) memperoleh nilai t hitung sebesar $4,223 > t$ tabel $1,989$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat diperoleh kesimpulan secara individu berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian (Y) Kerupuk Cassava pada UMKM Bintang Anugrah Kota Mojokerto.

4. Variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Citra Merek (X3) memperoleh nilai F hitung sebesar $25,250 > F$ tabel 2,27 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat diperoleh kesimpulan secara bersamaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian (Y) Kerupuk Cassava pada UMKM Bintang Anugrah Kota Mojokerto.

5.2 Saran

Setelah menyelesaikan penelitian dan menarik kesimpulan berdasarkan penelitian, penulis mungkin menawarkan saran berikut :

1. Bagi UMKM Bintang Anugrah Kota Mojokerto
 - a. Bagi UMKM Bintang Anugrah agar lebih mempertahankan harga yang sudah ditetapkan, karena dengan harga yang baik dimata kosumen bisa meningkatkan keputusan pembelian.
 - b. Bagi UMKM Bintang Anugrah agar lebih mempertahankan atau meningkatkan kualitas produk yang baik, karena dengan kualitas yang terjamin akan membuat kosumen yakin dengan membeli sebuah produk agar lebih meningkatkan keputusan pembelian.
 - c. Bagi UMKM Bintang Anugrah agar lebih mempertahankan citra merek yang sudah melekat dihati kosumen agar tidak hilang karena banyak pesaing, dengan meningkatkan kualitas produk yang lebih baik dan terjangkau.

2. Bagi Peneliti selanjutnya

Diharapkan peneliti berikutnya dapat menambahkan cakupan penelitian ini dengan memasukkan lebih banyak karakteristik sehingga dapat menjadi pedoman untuk penelitian selanjutnya. Untuk meningkatkan hasil dan memungkinkan penelitian yang lebih luas dari temuan, studi masa depan harus mencakup faktor tambahan yang dapat mempengaruhi pilihan pembeli serta sampel penelitian.