

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini akan dipaparkan kesimpulan dan saran. Kesimpulan diambil berdasarkan hasil analisis data dan menjawab permasalahan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian ini. Serta saran-saran yang berguna bagi semua pihak. Berdasarkan hasil analisis data pembahasannya, maka kesimpulannya adalah:

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang penulis dapatkan dari hasil analisis, penelitian dan pembahasan ialah antara lain:

1. Persepsi Harga mempunyai koefisien regresi yang bertanda positif 0,137. Sedangkan hasil pengolahan untuk uji hipotesis 1 variabel Persepsi Harga mempunyai nilai t_{hitung} adalah 3,747 (sig. 0,000) lebih besar dari t tabel 1,984. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara partial antara variabel Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.
2. Keragaman Produk mempunyai koefisien regresi yang bertanda positif 0,234. Sedangkan hasil pengolahan untuk uji hipotesis 2 variabel Keragaman Produk bernilai t hitung 4,031 (sig. 0,000) lebih besar dari t tabel 1,984. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara partial antara variabel Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian.
3. Kualitas Pelayanan mempunyai nilai koefisien yang bertanda positif 0,202. Sedangkan hasil pengolahan untuk uji hipotesis 3 variabel Kualitas Pelayanan bernilai t hitung 3,455 (sig. 0,001) lebih besar dari t tabel 1,984.

hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara partial antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.

4. Variabel independen yang terdiri dari variabel Persepsi Harga, Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian sebesar 32,880. Dan memiliki kontribusi mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 50,7% dan sisanya 49,3% merupakan sumbangan dari variabel lain yang tidak dimasukkan dalam persamaan regresi berganda yang diajukan dalam penelitian ini.
5. Keragaman Produk bernilai t hitung terbesar yaitu 4,031 dengan nilai signifikansi terendah yaitu sig. 0,000) artinya Keragaman Produk merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil analisis data uji t, keputusan pembelian dipengaruhi oleh persepsi harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan. Namun yang paling berpengaruh dalam keputusan pembelian adalah keragaman produk dengan nilai t hitung 4,031 dengan nilai signifikan terendah yaitu sig. 0,000. Sedangkan analisis data uji F, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (persepsi harga, keragaman produk dan kualitas pelayan) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian dengan nilai f hitung 32,880

Secara Penelitian, implikasi pada penelitian ini adalah keragaman produk harus tetap dipertahankan oleh konveksi mahkota galeri sidoarjo , seperti halnya variasi produk, menjual produk yang jarang ditemukan dan lain sebagainya, agar membawa dampak yang positif bagi keputusan pembelian konsumen dalam melakukan pembelian. Selain itu juga perlu di tingkatkan kualitas pelayanan, dan harga seperti halnya melakukan promo, meningkatkan pengetahuan pegawai tentang produk, pelayan *after sales's* dan lain-lainnya guna untuk menambah nilai jual terbaik yang diberikan untuk konsumen oleh konveksi mahkota galeri sidoarjo.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka untuk meningkatkan minat beli konsumen pada Konveksi Mahkota Galeri Sidoarjo disarankan sebagai berikut:

1. Mengenai persepsi harga, Perusahaan tersebut harus lebih memperbanyak dalam melakukan program promo di berbagai produk karena sesuai data, minat beli konsumen dengan program promo sangat tinggi.
2. Mengenai Keragaman Produk, Perusahaan juga harus lebih memperbanyak varian produk tentunya yang sesuai dengan minat beli konsumen. Karena berbagai macam bentuk produk yang dijual akan menarik minat beli konsumen, terutama produk yang tidak dijual kompetitor. Dan terbukti bahwa keragaman produk sangat dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Mengenai Kualias Pelayanan, Perusahaan diharapkan juga lebih memperhatikan konsumen sehingga dengan perhatian sekaligus penampilan karyawan akan lebih menarik konsumen agar tertarik dan akhirnya membuat keputusan untuk membeli, selain itu
4. Bagi peneliti lainnya, diharapkan penelitian ini menjadi bahan rujukan, dan diharapkan untuk mencari refensi variabel lainnya sehingga hasil penelitian selanjutnya akan semakin baik serta dapat memperoleh ilmu pengetahuan yang baru.

