

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel produk, dan harga terhadap keputusan pembelian Toko Alat Semi Elektronik Adipala Cilacap, dan untuk mengetahui pengaruh terbesar dari kedua variabel independen tersebut dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian di Toko Alat Semi Elektronik Mandarasa Penggalang Adipala Cilacap ditunjukkan dari hasil uji parsial yang nilai  $t$  hitung = 2.485 dengan tingkat signifikansi 0,015. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, didapat  $t$  tabel sebesar 1,665 ini berarti  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, yang berarti  $H_0$  diterima. Dengan demikian maka, hipotesis pertama dapat diterima. Koefisien regresi produk berarti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Toko Alat Semi Elektronik Mandarasa Penggalang Adipala Cilacap ditunjukkan dari hasil uji parsial yang diperoleh nilai  $t$  hitung = 4.450 dengan tingkat signifikansi 0,015. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, didapat  $t$  tabel sebesar 1,665 ini berarti  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, yang berarti  $H_0$  diterima.

Ha diterima. Dengan demikian maka, hipotesis kedua dapat diterima. Koefisien regresi harga berarti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Terdapat pengaruh produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di Toko Alat Semi Elektronik Mandarasa Penggalang Adipala Cilacap, ditunjukkan diperoleh nilai  $f$  hitung = 383.674 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, didapat  $f$  tabel sebesar 2,337 ini berarti  $f$  hitung >  $f$  tabel, yang berarti  $H_0$  diterima. Dengan demikian maka, Koefisien regresi produk dan harga secara simultan mempunyai Pengaruh yang positif Terhadap Keputusan Pembelian
4. Nilai *adjusted R square* sebesar 0,912 (91,2%), menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi yang didapatkan variabel independen yaitu produk dan harga memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 91,2% sedangkan sisanya (100% - 91,2% = 8,8 %) dijelaskan dengan faktor atau variabel lain yang tidak diketahui dan tidak termasuk dalam analisis regresi ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil analisa yang peneliti lakukan peneliti masih banyak kekurangan dan kelemahan, sehingga masih banyak yang perlu diperbaiki dan diperhatikan lagi untuk peneliti-peneliti berikutnya, beberapa saran perlu ditambahkan guna penelitian yang lebih baik serta juga terdapat saran perusahaan supaya dapat meningkatkan lagi guna untuk menarik

konsumen agar lebih banyak yang meminati, adapun sarannya adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian . hal ini membuktikan bahwa semakin baiknya produk maka akan semakin tinggi tingkat keputusan pembelian maka perlu ada evaluasi produk contohnya dengan melakukan penentuan kualitas produk, jaminan produk, harga produk lebih baik lagi dan membuat konsumen lebih tertarik lagi.
2. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian . hal ini membuktikan bahwa semakin baiknya strategi harga maka akan semakin tinggi tingkat keputusan pembelian maka perlu ada evaluasi harga contohnya dengan melakukan penentuan harga diskon secara berkala, agar konsumen lebih tertarik untuk membeli.

### **C. Kata Penutup**

Demikianlah sekripsi yang saya buat, semoga bermanfaat dan menambah pengetahuan, saya mohon maaf apabila ada kesalahan ejaan dalam penulisan kata dan kalimat yang kurang jelas, dimengerti, dan sulit untuk dipahami. Karena saya hanyalah manusia biasa yang tak luput dari kesalahan .

Dan saya juga sangat mengharapkan untuk penelitian kedepannya akan menambah variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian karena dari penelitian ini diketahui masih 8,8% masih ada faktor-

faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian di Toko Alat Semi Elektronik Mandarasa Penggalang Adipala Cilacap.