

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Lipcream* pada Kalangan Mahasiswi Angkatan 2019/2020 di STIE Putra Perdana Indonesia Tangerang maka dapat kesimpulan sebagai berikut.

1. Dari hasil analisis data penelitian, diperoleh hubungan antara variabel kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,637 tingkat hubungan kuat. Untuk besarnya nilai pengaruh variabel kualitas produk (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 45,3% yang dihasilkan dari uji koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh dengan nilai t_{hitung} 4,735 dan t_{tabel} 1,668 jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa variabel kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) memiliki pengaruh yang signifikan.
2. Dari hasil analisis data penelitian, diperoleh hubungan antara variabel promosi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar

0,603 tingkat hubungan kuat. Untuk besarnya nilai pengaruh variabel promosi (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 38,8% yang dihasilkan dari uji koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh dengan nilai t_{hitung} 4,057 dan t_{tabel} 1,668 jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa variabel promosi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) memiliki pengaruh yang signifikan.

3. Apabila secara simultan nilai hubungan antara variabel kualitas produk (X1) dan promosi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,723 tingkat hubungannya kuat. Berdasarkan hasil uji F (Anova) atau F_{hitung} sebesar 36,697 dimana lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,134 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 karena $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas produk (X1) dan promosi (X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 52,3% sisanya 47,7% di pengaruhi oleh faktor lain pada kalangan mahasiswi angkatan 2019 di STIE Putra Perdana Indonesia.

B. Saran

Dari hasil kesimpulan yang di kemukakan, maka saran penulis yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak Mahasiswi di STIE Putra perdana Indonesia tahun angkatan 2019/2020 sebagai berikut:

1. Disarankan pada perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk agar keputusan pembelianpun ikut meningkat, karena dari hasil SPSS membuktikan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan.
2. Disarankan pada perusahaan untuk meningkatkan promosi agar keputusan pembelianpun ikut meningkat, karena dari hasil SPSS membuktikan bahwa promosi mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan.
3. Disarankan pada perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dan promosi agar keputusan pembelianpun ikut meningkat. Karena dari hasil SPSS bahwa adanya pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian secara signifikan.