

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan pembahasan sebagaimana tergambar pada BAB IV, maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} = 4.566 > 1.660$  dengan nilai signifikan  $0.000 < 0.05$ . Hal ini membuktikan bahwa variabel Harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). sehingga dapat dinyatakan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Adapun nilai pengaruhnya dapat dilihat pada *Standardized Coefficient* Beta = 0.610 atau sama dengan 61,0%.
2. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} = 2.390 > 1.660$  dengan nilai signifikan  $0.000 < 0.05$ . Hal ini membuktikan bahwa variabel Citra Merek (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian(Y). sehingga dapat dinyatakan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Adapun nilai pengaruhnya dapat dilihat pada *Standardized Coefficient* Beta = 0.319 atau sama dengan 31.9%.
3. Nilai  $F_{hitung} > F_{tabel} = 263.892 > 2.696$  dengan nilai signifikan  $0.000 < 0.05$ . Hal ini membuktikan bahwa variabel Harga (X1) dan Citra Merek (X2)

secara bersama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian(Y) sehingga dapat

4. dinyatakan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Adapun nilai pengaruhnya dapat dilihat pada nilai *Adjusted R Square* pada *model summary* = .0.842 atau 84,2% sedangkan sisanya 15,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

## B. Saran

Berdasarkan Analisa dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka saran yang dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa harga ( $x_1$ ) berpengaruh pada Keputusan Pembelian ( $y$ ) pada *Hand and Body Lotion* Merek CITRA di Kecamatan Balaraja Kabupaten Tangerang. Oleh karena itu, harga yang ditawarkan pun harus menarik, terbukti variable harga ( $x_1$ ) berpengaruh terhadap minat beli ( $y$ ) 0.610 atau sama dengan 61.0%.
2. Tentunya diharapkan Produk citra meningkatkan produk dengan kualitas terbaik dan berbagai macam inovasi terbaik agar Keputusan Pembelian ( $y$ ) meningkat, terbukti variable Citra Merek ( $x_2$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ( $y$ ) 0.319 atau sama dengan 31.9%.
3. Tentunya diharapkan Citra lebih memperhatikan lagi harga ( $x_1$ ) dengan Citra Merek ( $x_2$ ) yang ditawarkan, sehingga berdampak langsung pada Keputusan Pembelian ( $y$ ). Terbukti variable Harga ( $x_1$ ) dan Citra Merek ( $x_2$ ) secara simultan sangat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ( $y$ ) pada *Hand and Body Lotion* Merek CITRA di Kecamatan Balaraja Kabupaten Tangerang dan bisa dilihat dari nilai perhitungan koefisien determinasi  $R^2$  pada Adjust R Squar sebesar 84,2%.