

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan terhadap variabel- variabel dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis korelasi parsial dapat diketahui bahwa variabel harga (X_1) mempunyai hubungan yang sangat signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk Ms Glow pada masyarakat Citra Raya, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.783. Berdasarkan dari hasil uji t_{hitung} 4.450 dan t_{tabel} 1,660 maka dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima jadi terdapat pengaruh harga (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan menggunakan perhitungan koefisien determinasi, dapat diketahui nilai pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian adalah 0.613% atau setara dengan 61,3%.
2. Berdasarkan hasil analisis korelasi parsial dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X_2) mempunyai hubungan yang sangat signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk Ms Glow pada masyarakat Citra Raya, dengan nilai koefisien sebesar 0.834. Berdasarkan dari hasil uji t_{hitung} 7.159 dan t_{tabel} 1.660 maka dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima jadi terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).

Dengan menggunakan perhitungan koefisien determinasi, dapat diketahui nilai pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian adalah 0.696 atau setara dengan 69,6%.

3. Dari hasil analisis data penelitian, diperoleh nilai hubungan antara variabel harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) produk Ms Glow pada masyarakat Citra Raya, sebesar 0,797% termasuk pada kategori tingkat hubungannya kuat. Berdasarkan hasil uji F atau ANOVA diperoleh nilai $F_{hitung} = 142,811 > F_{tabel} = 3.090$ dengan tingkat signifikan $0.000 < 0,05$ maka dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_1) secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y). persentase pengaruh variable harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) produk Ms Glow pada masyarakat Citra Raya, nilai Adjusted R Square sebesar 74,1%.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan saran yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, dengan melihat hasil penelitian ini yang menunjukkan pengaruh yang signifikan antara variabel harga terhadap keputusan pembelian konsumen, maka perusahaan perlu meningkatkan apa yang menjadi indikator dari harga, salah satu

contoh harga yang ekonomis sesuai dengan daya beli masyarakat, sehingga tertarik dan melakukan pembelian. Untuk pihak perusahaan harus selalu mempertimbangkan keterjangkauan harga dan pihak perusahaan harus selalu memperhatikan penawaran pihak pesaing. hal ini dikarenakan harga yang terjangkau membuat para konsumen merasakan produk yang didapatkan.

2. Variabel kualitas pelayanan, dari pihak perusahaan lebih ditekankan lagi dalam pelayanannya kepada konsumen, karena hal itu membuat para konsumen merasa dihargai dan di hormati sebagai konsumen atau calon pembeli.
3. Selanjutnya variabel keputusan pembelian perusahaan perlu lebih memperhatikan kebutuhan konsumen dalam menyediakan produk unggulan yang baik, harga yang kompetitif dari harga pasar dan pelayanan yang baik . sehingga konsumen tertarik dan memutuskan untuk melakukan pembelian.