

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

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

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis antara variabel pengaruh Harga ( $X^1$ ) dan Keputusan Pembelian (Y).  $t_{hitung} = 5.933$ ,  $t_{tabel} 1.966$  dan  $sig (p) = 0,000$  Dimana  $p = 0.000 < 0,05$ , yang artinya berpengaruh signifikan, **Ho ditolak Ha diterima.**
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis antara variabel pengaruh Kualitas Produk ( $X^2$ ) dan Keputusan Pembelian (Y).  $t_{hitung} = 3.269$ ,  $t_{tabel}$  dan  $sig 1.966 (p) = 0,002$  Dimana  $p = 0.000 < 0,05$ , yang artinya berpengaruh signifikan, **Ho ditolak Ha diterima.**
3. Berdasarkan hasil uji f simultan, nilai f Signifikan 92.577 dan  $sig (p) = 0,000$ . Dimana  $p = 0.000 < 0,05$  (signifikan), **Maka Ho ditolak Ha diterima.** Berarti terdapat Pengaruh Harga ( $X^1$ ) dan Kualitas Produk ( $X^2$ ) terhadap (Y) Pada Keputusan Pembelian Produk Ms Glow di Kalangan Mahasiswi Semester 8 (Delapan) Tahun Akademik 2019/2020 di STIE PPI Citra Raya Kabupaten Tangerang.

## B. Saran

Berdasarkan analisa data pembahasan pada bab sebelumnya, maka saran dapat disampaikan sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan **MS Glow** ada baiknya Harga ( $X^1$ ) yang pas sesuai segmen pasar mahasiswa ppi karena sangat bagus bagi kemajuan perusahaan **MS Glow**, karena berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).
2. Bagi perusahaan **MS Glow** ada baiknya Kualitas Produk ( $X^2$ ) lebih diutamakan kualitas produknya karena sanga bagi kemajuan perusahaan **MS Glow**, karena berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).
3. Bagi penelitian selanjutnyah yang ingin melakukan penelitian dengan topic yang sama, disarankan untuk meneliti variabel-variabel lain selain Harga dan Kualitas Produk yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M., & Aswati, N. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Wajah MS Glow (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Perawatan Wajah MS Glow di Kecamatan Prigen). *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*,.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Praktik Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Ketujuh*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, imam, 2016 . *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS Cetakan ke-8 Semarang* : Universitas Diponegoro.
- Tjiptono Fandy. 2012. *Strategi Msdm. Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.-----  
----- 2014.
- Kotler dan Keller.2016. *Manajemen Msdm. Edisi 13. Jilid 2*.Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. 2015. *Manajemen Msdm. Jilid 2*.Jakarta: Erlangga.

Luthfia, Z., & Maya, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada MS Glow Skincare. *Strategic: Journal of Management Sciences*, 2(2), 39-44.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono 2018. *Metode Penelitian EVALUASI (Pendekatan Kuantitatit, Kualitatif, dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development)*. Cetakan ke-4. Bandung: Alfabeta.