

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan terkait penelitian Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian “HNI *Health*” Pada Masyarakat Kecamatan Panongan Di *Halal Mart*, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan:

1. Secara Parsial, Variabel Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) nilai thitung = 3.621 dan sip (p) = 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Ho: ditolak dan Ha: diterima. Jadi terdapat pengaruh dari Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) HNI *Health* di *Halal Mart* yaitu 0.156 atau 15.6%.
2. Variabel Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) nilai thitung = 19,573 dan sip (p) = 0,005 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Ho: ditolak dan Ha: diterima. Jadi terdapat pengaruh yang signifikan dari Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) HNI *Health* di *Halal Mart* yaitu 0.842 atau 84.2%.
3. Secara Simultan Harga (X1), dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) HNI *Health* di *Halal Mart* memiliki pengaruh signifikan dimana diperoleh angka sig 0,000 < 0,05. Pada tabel Anova terdapat Nilai F hitung 324,176 > 3.090 F tabel (100 responden) dan sig (p)= 0,000. Dimana p= 0.000 < 0,05 (signifikan),

maka H_0 ditolak H_a diterima. Adapun besar pengaruh harga dan kualitas produk dilihat dari nilai *adjusted r square* pada model *summary* 0,867 atau 86,7%, sedangkan sisanya 13,3%(100%-86,7%) dipengaruhi oleh faktor lain seperti merk, promosi, kualitas pelayanan dan lain – lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan proses analisa, maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Disarankan untuk mempertahankan harga agar keputusan pembelian terhadap produk tidak mengalami penurunan.
2. Disarankan memperhatikan dan meningkatkan kualitas produk HNI *Health* dengan inovasi-inovasi baik kandungan produk maupun kemasannya.
3. Untuk meningkatkan keputusan pembelian terhadap HNI *Health* disarankan memperhitungkan faktor lain dari harga dan kualitas produk, misalnya promosi, iklan, dan lain sebagainya.
4. Bagi *Halal Mart* diharapkan untuk lebih meningkatkan fungsi kartu member guna menekan harga dan melakukan inovasi terhadap kualitas produk atau harga yang dijual agar konsumen nyaman dan menarik minat konsumen untuk berbelanja dan menciptakan kelayaitasan konsumen.
5. Bagi peneliti lain yang hendak melakukan atau melanjutkan penelitian ini, diharapkan untuk mengembangkan penelitian ini

dengan menambahkan faktor yang lain di luar dari variabel dalam penelitian ini. Disarankan agar menambahkan sampel penelitian dan mengembangkan subjek penelitian agar cakupannya lebih luas tidak hanya di satu tempat.

6. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa kedua variabel independen berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian oleh sebab itu *Halal* Mart harus tetap menjaga harga produk dan kualitas produk agar kenyamanan dan kepercayaan konsumen tetap terjaga terhadap produk yang dijual.