

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Sesuai dari hasil riset yang sudah dijelaskan, dengan begitu dapat dikonklusikan menjadi:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian pada PT Sarang Mas Sejahtera. Hal ini didasarkan pada hasil uji t yang diperoleh variabel kualitas produk dengan nilai thitung melebihi dari nilai ttabel yaitu $2,462 > 1,97529$ dengan signifikansi $0,015$ dibawah dari sig $0,05$
2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial pada keputusan pembelian PT Sarang Mas Sejahtera. Hal ini didasarkan pada hasil uji t yang diperoleh variabel kepercayaan dengan nilai thitung melebihi dari nilai ttabel yakni $4,028 > 1,97529$ dan nilai signifikansi $0,000$ dibawah dari sig $0,05$
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian PT Sarang Mas Sejahtera. Dari pernyataan itu memperlihatkan hasil uji t yaitu variabel promosi dengan nilai thitung melebihi dari nilai ttabel yakni $4,758 > 1,97529$ dengan signifikansi $0,000$ dibawah dari dari sig $0,05$.
4. Kualitas produk, kepercayaan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara bersamaan pada keputusan pembelian PT Sarang Mas Sejahtera. Hal ini didasarkan pada hasil uji f yaitu f hitung $67,044$ yang memiliki nilai melebihi dari f tabel $2,66$ dan signifikansi $0,000^b < 0,05$.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan harus mampu menyediakan produk yang bermutu untuk pembeli supaya bisa meningkatkan keputusan pembelian pada perusahaan. Perusahaan harus lebih memperhatikan kepercayaan yang telah perusahaan berikan supaya tidak mengecewakan konsumen. Perusahaan harus dapat mengadakan promosi yang baik, komunikatif dan kreatif seperti mengadakan pameran agar dapat meningkatkan keputusan pembelian.

2. Bagi Peneliti Berikutnya

Untuk peneliti berikutnya diharapkan mampu menggunakan sampel yang lebih banyak dengan menggunakan analisis data yang berbeda supaya hasil yang dicapai lebih optimal