

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan penulis pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa.

1. Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT Tunas Interior Batam. Pengaruhnya positif sebesar 0,321 dan hasil nilai signifikan pada uji t sebesar  $0.000 < 0.05$  dan nilai  $t_{hitung} 7.050 > t_{tabel} 1.978$ . Berpengaruhnya antara kualitas produk dengan keputusan pembelian konsumen pada PT Tunas Interior Batam dimana ditemukan indikasi bahwa dengan adanya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian meningkat.
2. Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT Tunas Interior Batam. Pengaruhnya positif sebesar 0,131 dan hasil nilai signifikan pada uji t sebesar  $0.008 < 0.05$  dan nilai  $t_{hitung} 2.710 > t_{tabel} 1.978$ . Berpengaruhnya antara harga dengan keputusan pembelian konsumen pada PT Tunas Interior Batam dimana ditemukan indikasi bahwa dengan adanya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian meningkat.
3. Terdapat pengaruh kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT Tunas Interior Batam.

Berdasarkan hasil pengujian pada uji F dapat dilihat bahwa secara bersama-sama kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$  dan nilai  $F_{hitung} 28.304 > F_{tabel} 3.06$ .

## 5.2 Saran

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan, variabel kualitas produk berpengaruh dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hendaknya PT Tunas Interior memperhatikan, mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yang telah dibangun oleh pihak perusahaan ataupun yang dibentuk oleh konsumen.
2. Dari hasil penelitian di bab sebelumnya, variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, bagi perusahaan yang ingin meningkatkan keputusan pembelian konsumen yang harus dilakukan adalah dengan menawarkan harga terjangkau agar dapat meningkatkan penjualan yang berdampak terhadap perusahaan serta mempertahankan pangsa pasar yang ada.
3. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga sebesar 30.1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Diharapkan dalam penelitian selanjutnya dapat menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti kepercayaan, kepuasan pelanggan dan *Brand Image*.