

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 pada PT Putra Indo Cahaya. Pengaruhnya positif sebesar 0.135 dan hasil nilai signifikan pada uji t sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,219 > t_{tabel} 1,974$. Berpengaruhnya antara motivasi dengan keputusan pembelian pada PT Putra Indo Cahaya dimana ditemukan indikasi bahwa dengan adanya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil penelitian ini diperoleh bahwa terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian pada PT Putra Indo Cahaya. Pengaruhnya positif sebesar 0.258 dan hasil nilai signifikan pada uji t sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,749 > t_{tabel} 1,974$. Berpengaruhnya antara harga dengan keputusan pembelian pada PT Putra Indo Cahaya di mana ditemukan indikasi bahwa harga yang baik dan kondusif akan meningkatkan keputusan pembelian
3. Pengaruh kualitas produk dan harga bersama-sama berpengaruh pada keputusan pembelian.

Hasil penelitian diperoleh bahwa terdapat pengaruh kualitas produk dan harga secara bersama-sama pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil pengujian pada uji F dapat dilihat bahwa secara bersama-sama kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai $F_{hitung} 52.677 > F_{tabel} 3.050$.

5.2 Saran

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan, variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hendaknya PT Putra Indo Cahaya 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 39.1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Diharapkan dalam penelitian selanjutnya dapat menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti kepercayaan, kepuasan pelanggan, *Brand Image*, dan promosi.