

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Atas dasar hasil penelitian serta pembahasan dari materi sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil, antara lain:

1. Variabel Atribut Produk (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan pada nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,114 dan nilai t hitung sebesar 2,173 dengan nilai signifikansi variabel sebesar 0,032. Hal tersebut menunjukkan bahwa Atribut Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT Focus Digisellindo Utama.
2. Variabel Harga (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan pada nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0,657 dan nilai t hitung 9,349 dengan nilai signifikansi variabel sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT Focus Digisellindo Utama.
3. Variabel Atribut Produk (X_1) dan Harga (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Hal ini dapat dibuktikan dalam hasil pengujian pada uji F dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $>$ dari F tabel 3,07, yang menjelaskan bahwa Atribut Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT Focus Digisellindo Utama.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, pembahasan, dan adanya kesimpulan dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang diberikan peneliti, yaitu :

1. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengadakan penelitian ulang pada penelitian ini diharapkan mampu dibuat menjadi lebih baik dan lebih menyeluruh daripada penelitian ini. Evaluasi dapat dilakukan melalui :
 - a. Menambahkan beberapa variabel independen yang secara teoritis dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
 - b. Disarankan untuk menggunakan variabel harga karena variabel ini memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian konsumen.
 - c. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan faktor umur responden karena mayoritas responden dalam penelitian ini adalah umur 21-25 tahun sehingga hasilnya tidak dapat mewakili semua konsumen, karena pendapat orang dapat dipengaruhi oleh usianya. Jika dibagikan secara merata kepada responden di rentang usia yang lain akan membawakan hasil yang lebih bagus lagi.
2. Bagi pihak PT Focus Digisellindo Utama diharapkan dapat menawarkan berbagai varian harga yang menarik bagi konsumen agar kedepannya dapat meningkatkan volume penjualannya.