

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian pada PT Seraya Mutiara Sejati. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian dimana hasil nilai t-hitung sebesar $-6,939 < -1.98373$ dengan taraf signifikansi $0,000 < \text{nilai alpha } 0,05$ yang berarti bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Seraya Mutiara Sejati.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT Seraya Mutiara Sejati. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian dimana hasil nilai t-hitung sebesar $22,800 > 1.98373$ dengan taraf signifikansi $0,000 < \text{nilai alpha } 0,05$ yang berarti bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Seraya Mutiara Sejati.
3. Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian pada PT Seraya Mutiara Sejati. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian dimana hasil nilai t-hitung sebesar $-124 < -1.98373$ dengan taraf signifikansi $0,901 < \text{nilai alpha } 0,05$ yang berarti bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Seraya Mutiara Sejati.

4. Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Seraya Mutiara Sejati. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian dimana hasil nilai F-hitung sebesar 191,423 > F tabel 2,69 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < nilai alpha 0,05 yang berarti harga, kualitas produk dan citra merek secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Seraya Mutiara Sejati.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. PT Seraya Mutiara Sejati harus meningkatkan manfaat atau kegunaan dari produk *frozen food* (ayam) yang akan dirasakan pembeli sesuai dengan harga yang diterapkan untuk mencapai penjualan yang stabil.
2. PT Seraya Mutiara Sejati harus meningkatkan kemudahan dalam hal *packing* ulang produk apabila terjadi kerusakan untuk menjaga kualitas produk itu sendiri.
3. PT Seraya Mutiara Sejati harus meningkatkan kelengkapan surat dan syarat pada *frozen food* (ayam) untuk menjaga reputasi yang baik dan membuat pembeli merasakan manfaatnya.
4. PT Seraya Mutiara Sejati harus meningkatkan promosi agar *frozen food* (ayam) dapat dikenal masyarakat luas dan menjadikannya produk pilihan alternatif untuk di gunakan.

5. Berdasarkan hasil uji *R Square* (R^2) , variabel bebas (harga, kualitas produk dan citra merek) berpengaruh sebesar 85 % terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) dan sisanya 15 % dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya. Diharapkan hasil penelitian ini bisa dijadikan tambahan variabel lain untuk penelitian selanjutnya.