

BAB V

Kesimpulan dan Saran

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan simpulan hasil penelitian, maka peneliti dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT *International Hardware* Indo di Kota Batam. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji-t yaitu $t_{hitung} 2,025 > t_{tabel} 1,977$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,045 < 0,05$.
2. Secara parsial kelengkapan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT *International hardware* Indo di Kota Batam. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji-t yaitu $t_{hitung} -0,195 < t_{tabel} 1,977$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,846 > 0,05$.
3. Secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT *International Hardware* Indo di Kota Batam. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji-t yaitu $t_{hitung} 8,135 > t_{tabel} 1,977$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.
4. Secara simultan kualitas produk, kelengkapan produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT *International Hardware* Indo di Kota Batam. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F yaitu $F_{hitung} 34,867 > F_{tabel} 2,67$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dan kontribusi pengaruh

variabel kualitas produk, kelengkapan produk dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian, dimana dapat dilihat angka adjusted R^2 sebesar 0,415. Ini merupakan presentase yang dikontribusikan dari variabel kualitas produk (X_1), kelengkapan produk (X_2) dan promosi (X_3) dalam model regresi sebesar 41,5% atau variasi keputusan pembelian (Y) dapat diartikan oleh variasi kualitas produk (X_1), kelengkapan produk (X_2) dan promosi (X_3) sebesar 41,5% sedangkan sisanya sebanyak 58,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak model penelitian tersebut.

5.2. Saran

Adapun saran yang diberikan untuk penelitian yang akan datang selanjutnya, sebagai berikut :

1. Peneliti sangat menyarankan kepada perusahaan untuk lebih memperhatikan kualitas produk yang akan ditawarkan kepada pembeli, dikarenakan pada penelitian ini kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Saran ini peneliti berikan supaya pembeli dapat lebih mengenal kualitas produk yang perusahaan berikan kepada pembeli dan juga produk yang ditawarkan dapat diterima oleh konsumen serta produk yang ada dalam perusahaan dapat menyebar luas.
2. Untuk kelengkapan produk yang ada di perusahaan, walaupun dalam penelitian ini hasil yang didapatkan yaitu pengaruh negatif dan tidak signifikan, tetapi

penelitian tetap memperhatikan kelengkapan produk yang ada walaupun hanya sedikit kemungkinan pengaruh dalam keputusan pembelian. Ataupun perusahaan juga dapat memperhatikan hal-hal lain yang kemungkinan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian seperti kualitas pelayanan atau yang lainnya.

3. Pada promosi yang diberikan perusahaan, peneliti sangat menyarankan agar lebih berkreasi dalam mengadakan promosi yang ada supaya pembeli lebih tertarik untuk melaksanakan keputusan pembelian pada perusahaan. Dimana pada penelitian ini promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan, sehingga peneliti menyarankan kepada perusahaan seperti perusahaan dapat mengadakan promosi potongan harga ataupun promosi lainnya yang sekiranya dapat menarik perhatian pembeli.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti menyarankan untuk memasukkan variabel lain yang dianggap berpengaruh misalnya kualitas pelayanan, citra merek dan lain-lainnya yang tidak hanya kualitas produk, kelengkapan produk dan promosi saja. supaya lebih bisa memperluas dan menguatkan hasil penelitian yang ada.