BAB V
PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diambil beberapa kesimpulan:

1. Berdasarkan pengujian secara parsial (uji t) diketahui bahwa kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil ini ditunjukkan dengan uji statistik t dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti tingkat signifikannya kurang dari 0,05. Berdasarkan pengujian secara parsial (uji t) diketahui bahwa inovasi produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil ini ditunjukkan dengan uji statistik t dengan nilai signifikansi sebesar 0,019 yang berarti tingkat signifikannya kurang dari 0,05. Sedangkan berdasarkan pengujian secara parsial (uji t) diketahui bahwa promosi (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil ini ditunjukkan dengan uji statistik t dengan nilai signifikansi sebesar 0,168 yang berarti tingkat signifikannya lebih dari 0,05.
2. Berdasarkan pengujian secara simultan (uji f) diketahui bahwa kualitas produk (X1), inovasi produk (X2), dan promosi (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil ini ditunjukkan dengan uji statistik f sebesar 0,000 yang berarti tingkat signifikannya kurang dari 0,05.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan dalam penelitian ini, maka terdapat beberapa saran yang akan disampaikan peneliti sebagai berikut:

1. Bagi pemilik usaha Oketo Barbeque, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan variabel inovasi produk (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) sehingga perlu mempertahankan dan ditingkatkan untuk mendapatkan konsumen dalam melakukan pembelian..
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi dan dapat memperbaiki keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, serta mampu menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.