

## BAB V

### PENUTUP

#### A. SIMPULAN

Berdasarkan data dan analisis yang diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk ( $X_1$ ) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Galeri Al-Zahra Banjarmasin, dilihat dari hasil Uji T dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,175 lebih besar dari  $t_{table}$  sebesar 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, berdasarkan dari hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian  $H_a$  dalam penelitian ini diterima dan  $H_o$  ditolak. Harga ( $X_2$ ) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Galeri Al-Zahra Banjarmasin, dilihat dari nilai dari  $t_{hitung}$  Harga yaitu nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,749 lebih besar dari  $t_{table}$  sebesar 1,985 dan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, berdasarkan dari hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian  $H_a$  dalam penelitian ini diterima dan  $H_o$  ditolak.
2. Variabel independen Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) secara bersamaan (simultan) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Galeri Al-Zahra Banjarmasin. Dengan uji ANOVA atau F test yang didapat, nilai  $F_{hitung}$  sebesar 17,510 lebih besar dari F tabel 3,090 dan signifikansi 0,000

lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Galeri Al-Zahra Banjarmasin.

## **B. SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian serta temuan-temuan di lapangan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk Galeri Al-Zahra Banjarmasin, hendaknya pihak Galeri Al-Zahra dapat mempertahankan dan lebih meningkatkan lagi kualitas produk dan harga yang ditawarkan kepada konsumen seperti dengan meningkatkan lagi kualitas bahan, menambah lebih banyak pilihan model baju sesuai kebutuhan konsumen saat ini, lebih banyak memberikan potongan harga dan lainnya agar konsumen tetap puas dan kembali berbelanja di Galeri Al-Zahra Banjarmasin agar kedepannya Galeri Al-Zahra Semakin maju dan berkembang sehingga motto dan prinsip dari Galeri Al-Zahra itu sendiri tercapai yaitu “Amanah, Qana’ah, Jujur, Ikhlas, Kerja Keras, Mandiri, Kesederhanaan, Gotong Royong, Kekeluargaan, Musyawarah”.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya variabel-variabel lainnya terkait faktor yang memengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen Galeri Al-Zahra. Dari hasil yang didapatkan, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara parsial dan simultan serta memberikan pengaruh sebesar 25 %, sedangkan sisanya 75% dari total 100% faktor yang

diharapkan. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat menambahkan isu apakah yang kemungkinan bisa dijadikan untuk bahan evaluasi untuk Galeri Al-Zahra Banjarmasin selanjutnya.