

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji F (simultan) menyatakan promosi (X_1), harga (X_2), dan pelayanan (X_3), mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan $df_1 = 3$ $df_2 = 95$, hasil F_{tabel} yang diperoleh adalah sebesar 2,70. Berdasarkan hasil analisis nilai F_{hitung} sebesar 29,395 dimana nilai lebih besar dari F_{tabel} ($29,395 > 2,70$) dan nilai signifikansi F sebesar 0,000 nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan dapat disimpulkan H_0 ditolak. Artinya, terdapat pengaruh signifikan promosi, harga, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil uji T (parsial) menyatakan bahwa dari hasil pengujian hipotesis secara parsial diketahui faktor promosi (X_1), diperoleh nilai $T_{hitung} 2,033 > T_{tabel} 1,985$ atau nilai sig $0,045 < \alpha (\alpha) 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, berarti variabel promosi mempunyai pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga (X_2) diperoleh nilai $T_{hitung} 5,367 > T_{tabel} 1,985$ atau nilai sig $0,000 < \alpha (\alpha) 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, berarti variabel promosi mempunyai pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Pelayanan (X_3), diperoleh nilai $T_{hitung} 2,608 > T_{tabel} 1,985$ atau

nilai sig $0,001 < \alpha$ (α) $0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, berarti variabel harga mempunyai pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Variabel yang berpengaruh dominan dalam hipotesis yang dilakukan, bahwa variabel harga merupakan variabel paling dominan yang memengaruhi minat mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin dalam pengambilan keputusan memilih salon muslimah, hal ini dapat dilihat dari hasil uji t dari nilai *Standardized Coefficiens Beta* tertinggi yaitu faktor harga (X_2) sebesar 44,9.

B. Saran

Sebagai penutup skripsi ini, penulis memberikan saran berdasarkan hasil penelitian, yaitu:

1. Bagi Salon Muslimah

Dari hasil pembahasan yang menyebutkan bahwa yang memengaruhi terhadap keputusan pembelian (Y) yaitu (promosi (X_1), harga (X_2), dan pelayanan (X_3)) berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin dalam pengambilan keputusan memilih salon muslimah maka diharapkan agar memperhatikan variabel tersebut agar menarik para konsumen lebih banyak lagi.

2. Peneliti Selanjutnya

Penulis berharap bagi para peneliti selanjutnya melihat masih banyaknya kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini sekiranya dapat

melakukan penelitian yang lebih mendalam lagi dan mencari variabel lain yang tidak termuat dalam penelitian ini karena faktor promosi, harga, dan pelayanan terhadap minat mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin dalam pengambilan keputusan memilih salon muslimah sebesar 51,9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain. Yang peneliti harapkan, peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat memengaruhi proses keputusan pembelian.