

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab yang sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan variabel harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai ($F_{hitung} > F_{tabel}$) maka nilai F_{hitung} sebesar 43,595 yang mana nilai ini lebih besar dari F_{tabel} 3,09 ($43,595 > 3,09$) dan nilai signifikan F sebesar 0,000 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Secara parsial pada variabel harga ($4,506 > t_{tabel}$ ($1,98472$)) dengan nilai signifikan (0,000) maka dari itu nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Pada nilai t_{hitung} sebesar 4,506 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,98472. Hal tersebut menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($4,506 > 1,98472$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau dikatakan signifikan yang artinya variabel harga (X_1) berpengaruh secara parsial

terhadap keputusan pembelian (Y). dan pada variabel kualitas produk menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,044, maka dari itu nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,044 < 0,05$). Pada nilai t hitung sebesar 2,041 dan nilai t tabel sebesar 1,98472. Hal tersebut menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari pada t tabel ($2,041 > 1,98472$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau dikatakan signifikan yang artinya variabel kualitas produk (X2) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda yang paling dominan adalah pada variabel Harga (X1)

B. Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan diatas, maka penulis mencoba untuk memberi saran terhadap:

1. Pihak Pemilik *Moringa Factory*

Diharapkan dari penelitian ini dapat dijadikan suatu masukan dan arahan yang berkaitan untuk menarik minat beli produk agar terciptanya suatu konsumen yang memutuskan untuk membeli, dengan tetap memperhatikan faktor-faktor yang menjadi acuan untuk menarik perhatian konsumen agar tetap membeli

terhadap produk *Moringa Factory*.

2. Penelitian Selanjutnya

Hendaknya untuk lebih memperluas penelitian ini sehingga diperoleh informasi yang lebih baik dan lengkap tentang apa saja factor yang mempengaruhi keputusan pembelian.