

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berlandaskan penelitian yang dijabarkan di bab sebelumnya, didapat beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Secara simultan kualitas pelayanan, variasi produk, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian masyarakat Banjarmasin di Crystal Bakery. Nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($48,265 > 2,74$) dan signifikansi $< 0,05$. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Secara parsial, kualitas pelayanan tidak berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil regresi nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan ($-0,526 < \text{nilai } t_{\text{tabel}} (1,99656)$, dan signifikansi ($0,601 > \alpha (0,05)$). Dengan demikian, H_0 diterima. Variasi produk tidak berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil regresi nilai t_{hitung} variabel variasi produk ($1,737 < \text{nilai } t_{\text{tabel}} (1,99656)$, dan signifikansi ($0,087 > \alpha (0,05)$). H_0 diterima. Variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil regresi nilai t_{hitung} variabel citra merek ($7,878 > \text{nilai } t_{\text{tabel}} (1,99656)$, dan signifikansi ($0,000 < \alpha (0,05)$). Karena H_0 ditolak dan H_a diterima, maka secara parsial ada pengaruh variabel citra merek terhadap variabel keputusan pembelian produk Crystal Bakery.

3. Menurut hasil uji hipotesis dengan uji t, citra merek (X3) ialah variabel yang paling dominan memengaruhi keputusan masyarakat Banjarmasin untuk membeli Crystal Bakery.

B. Saran

Penulis menyarankan hal-hal berikut berdasarkan hasil penelitian:

1. Bagi Crystal Bakery hendaknya mempertahankan citra mereknya dengan tetap konsisten menjual produk yang berkualitas. Selain itu Crystal Bakery juga disarankan untuk meningkatkan standar pelayanannya.
2. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya memperbesar jumlah sampel, meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel lain yang memengaruhi keputusan pembelian.