BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data dan analisis yang diuraikan pada bab sebelumnya, dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh secara parsial, dilihat dari hasil Uji T dengan nilai $t\text{-}_{hitung}$ > dari $t\text{-}_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi < α (*alpha*). maka dapat dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian H_a dalam penelitian ini terdukung atau diterima. Sedangkan nilai dari $t\text{-}_{hitung}$ Suasana Toko yaitu nilai $t\text{-}_{hitung}$ > dari t_{tabel} dan tingkat signifikansi < α (*alpha*) maka H_a dalam penelitian ini diterima.
2. Kualitas Produk dan Suasana Toko berpengaruh secara simultan, dilihat dari hasil Uji F yaitu nilai F_{hitung} > nilai F_{tabel} dan nilai signifikansi untuk pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Suasana Toko (X2) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) < α (*alpha*) sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y. Dari hasil untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *independent* yaitu kualitas produk dan Suasana toko terhadap variabel *dependent* Keputusan pembelian konsumen House Of Smith

Banjarmasin yang dapat diterangkan oleh uji koefisien deterrminasi diperoleh sebesar 54,4%, yang berarti bahwa pengaruh variabel *independent* tersebut melebihi dari setengah yaitu 50% yang bisa disimpukan bahwa variabel tersebut adalah variabel yang memiliki pengaruh besar.

B. Saran

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

1. Untuk House Of Smith Banjarmasin, Mengingat bahwa Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk dan Suasana Toko yang memang secara uji yang dilakukan dari hasil data dari responden memiliki pengaruh baik itu secara parsial dan simultan terhadap keputusan konsumen dalam membeli Produk di House Of Smith Banjarmasin, maka pihak House Of Smith dapat menambahkan hal lain dalam menarik konsumen untuk membeli di House Of Smith Banjarmasin, misalnya untuk Kualitas Pelayanan dan hal lain yang perlu dioptimalkan agar kedepannya House Of Smith Semakin maju dan berkembang sehingga Visi dari House Of Smith itu sendiri tercapai yaitu “Menjadi perusahaan retail *fashion* dengan penjualan tercepat dan terbaik di dunia”.
2. Bagi peneliti selanjutnya, saran yang dapat diberikan adalah untuk mencari variabel-variabel lainnya terkait faktor yang memengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen House Of Smith. Dari hasil yang didapatkan,

Kualitas Produk dan Suasana toko berpengaruh secara parsial dan simultan serta memberikan pengaruh sebesar 54,4%, sedangkan sisanya 45,6% dari total 100% faktor yang diharapkan. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat menambahkan isu apakah yang kemungkinan bisa dijadikan untuk bahan evaluasi untuk House Of Smith selanjutnya.