BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari Hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan yaitu :

1. Secara simultan variabel bebas yaitu Harga, *Availability*, dan Kepercayaan Konsumen mempunyai pengaruh positif terhadap variabel terikat yaitu Keputusan pembelian. Adapun persentase besaran pengaruh nya variabel dilihat dari nilai hasil uji koefisien korelasi (R) bahwa kontribusi Harga, *Availability*, dan Kepercayaan Konsumen berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada toko Bahankoe Cabang Banjarmasin sebesar 68,1%. Sedangkan sisanya (100% - 68,1% = 31,9%) dijelaskan oleh variabel lainnya diluar model yang digunakan dalam penelitian ini.
2. Secara parsial, dilihat dari hasil Uji T diperoleh hasil sebagai berikut
   a) Variabel Harga berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian pada toko Bahankoe Cabang Banjarmasin dengan besaran pengaruh variabel ini terhadap keputusan pembelian, atau kontribusi variabel ini sebesar 0,449 atau dipersentase kan sebesar 44,9%.
   b) Variabel *Availability* berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian pada toko Bahankoe Cabang Banjarmasin dengan besaran pengaruh variabel ini terhadap keputusan pembelian, atau

kontribusi variabel ini sebesar 0,264 atau dipersentase kan sebesar 26,4%.

c) Variabel Kepercayaan Konsumen berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian pada toko Bahankoe Cabang Banjarmasin dengan besaran pengaruh variabel ini terhadap keputusan pembelian, atau kontribusi variabel ini sebesar 0,195 atau dipersentase kan sebesar 19,5%.

B. Saran-saran

Setelah peneliti melakukan penelitian dan pembagian quisioner tentang Pengaruh harga, *availability,* dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada toko Bahankoe cabang Banjarmasin, dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Untuk Toko Bahankoe Cabang Banjarmasin, diharapkan untuk tetap dan terus meningkatkan pelayanan hingga membuahkan kepercayaan konsumen yang berdampak pada keputusan pembelian disuatu tempat.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam serta lebih kritis lagi. Khususnya tentang pengaruh Pengaruh harga, *availability,* dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian, serta menambah referensi dan wawasan untuk penelitian di toko Bahankoe Cabang Banjarmasin maupun di lokasi lainnya.