

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian yang dilakukan bertujuan guna mengetahui adanya hubungan pengaruh kualitas produk, citra merek, persepsi nilai, dan harga terhadap keputusan pembelian madu di Kampung Lebah. Penelitian ini menggunakan sebanyak 96 responden. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa beberapa hal sebagai berikut :

1. Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian madu di Kampung Lebah. Hal tersebut diperlihatkan dengan nilai t_{hitung} sebesar $4,125 > t_{tabel}$ 1,989 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu sebagai peningkatan keputusan pembelian maka diperlukan adanya kualitas produk mengenai fitur, bentuk, kesesuaian dengan spesifikasi, kinerja, daya tahan, kehandalan, kemudahan perbaikan, gaya, design. Kualitas produk yang baik maka keputusan pembelian madu di Kampung Lebah akan semakin meningkat.
2. Citra Merek (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian madu di Kampung Lebah. Hal tersebut diperlihatkan dengan nilai t_{hitung} sebesar $3,161 > t_{tabel}$ 1,989 dengan nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$. Dengan hal ini, sebagai peningkatan keputusan pembelian maka diperlukan adanya citra merek mengenai atribut produk, manfaat, dan evaluasi sikap diri. Sebab citra pada merek yang baik maka keputusan pembelian madu di Kampung Lebah juga akan semakin meningkat.
3. Persepsi Nilai (X3) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian madu di Kampung Lebah. Hal tersebut diperlihatkan dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,179 > t_{tabel}$ 1,989 dengan nilai signifikan sebesar $0,032 < 0,05$. Oleh sebab itu sebagai peningkatan keputusan pembelian maka diperlukan adanya persepsi nilai mengenai *Emotional Value, Social Value, Functional Value and Price*. Semakin baik persepsi nilai maka keputusan pembelian madu di Kampung Lebah akan semakin meningkat.
4. Harga (X4) memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian madu di Kampung Lebah. Hal tersebut diperlihatkan dengan nilai t_{hitung} sebesar $3,626 > t_{tabel}$ 1,989 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Oleh sebab itu

sebagai peningkatan keputusan pembelian maka diperlukan adanya harga mengenai harga, diskon, harga pada e-catalog, tanda pemesanan, pembayaran awal, jangka waktu pelunasan. Semakin baik harga maka keputusan pembelian madu di Kampung Lebah akan semakin meningkat.

5. Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2), Persepsi Nilai (X3), dan Harga (X4) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian madu di Kampung Lebah. Hal tersebut diperlihatkan dengan nilai f_{hitung} sebesar $18,617 > f_{tabel} 2,70$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Pengaruh Variabel terikat terhadap variabel bebas sebesar 42,6% dimana keputusan pembelian sebagai variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk, citra merek, persepsi nilai dan harga. Oleh sebab itu sebagai peningkatan keputusan pembelian maka diperlukan mengenai kualitas produk, citra merek, persepsi nilai, dan juga harga.

B. Saran

Berdasarkan hasil yang telah didapatkan pada penelitian ini, pembahasan serta kesimpulan sehingga saran yang didapatkan anatra lain :

1. Lembaga terkait

Untuk Lembaga terkait yakni Desa Wisata Kampung Lebah melakukan peningkatan penjualan madu secara online agar mampu dijangkau seluruh masyarakat Indonesia.
2. Konsumen Madu

Bagi konsumen madu di kampung lebah lebih memahami pemilihan produk madu, merekomendasikan dan mengajak konsumen madu yang lainnya agar melakukan pembelian di Kampung Lebah
3. Penelitian Selanjutnya
 - a. Dalam melakukan penelitian selanjutnya diekspektasikan mampu memasukkan variable lain yang berkenaan dengan keputusan pembelian madu hingga dapat mempersembahkan faktor – factor yang memberikan pengaruh tentang keputusan pembelian selain dari variabel yang sudah dibahas dalam penelitian ini.
 - b. Memperluas jangkauan banyaknya responden, sehingga terdistribusi secara merata dan memperkenalkan kampung lebah yang ada di Kudus.