

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Keputusan pembelian pada Mie Gacoan Kudus menjadi focus dalam penelitian ini, yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana *brand image*, gaya hidup, dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian. Terdapat 100 konsumen yang menjadi responden dalam penelitian ini. Bersumber dari analisis statistik yang dilakukan, kesimpulan berikut dapat dibuat :

1. Variabel *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mie Gacoan Kudus dengan hasil perhitungan koefisien 0,042 yang berarti setiap kenaikan X1 dalam satu kesatuan tertentu maka akan menaikkan Y sebesar 0,042, kemudian variabel *brand image* (X1) memiliki t hitung sebesar 2,517, t tabel sebesar 1,985, dan nilai signifikansi sebesar 0,013 yang berada di bawah taraf signifikansi 5% berdasarkan hasil uji t. Hal ini menunjukkan t hitung lebih besar dari t tabel (2,517 lebih besar dari 1,985), tingkat signifikansi $0,013 < 0,05$, dan koefisien regresi variabel harga 0,042 untuk nilai positif.
2. Variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mie Gacoan Kudus dengan hasil perhitungan koefisien 0,304 yang berarti setiap kenaikan X2 dalam satu kesatuan tertentu maka akan menaikkan Y sebesar 0,304, kemudian variabel gaya hidup (X2) memiliki t hitung sebesar 3,222, t tabel sebesar 1,985, dan nilai signifikansi sebesar 0,002 yang berada di bawah taraf signifikansi 5% berdasarkan hasil uji t. Hal ini menunjukkan t hitung lebih besar dari t tabel (3,222 lebih besar dari 1,985), tingkat signifikansi $0,002 < 0,05$, dan koefisien regresi variabel harga 0,304 untuk nilai positif.
3. Variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Mie Gacoan Kudus dengan hasil perhitungan koefisien 0,012 yang berarti setiap kenaikan X3 dalam satu kesatuan tertentu maka akan menaikkan Y sebesar 0,012, kemudian variabel kualitas produk (X3) memiliki t hitung sebesar 1,800, t tabel sebesar 1,985, dan nilai signifikansi sebesar 0,075 yang berada di atas taraf signifikansi 5% berdasarkan hasil uji t. Hal ini menunjukkan t hitung kurang dari t tabel (1,800 kurang dari 1,985), tingkat signifikansi $0,075 > 0,05$, dan koefisien regresi variabel harga 0,075 untuk nilai positif.

B. Saran

Untuk penelitian selanjutnya terdapat beberapa saran dari peneliti yang bisa dijadikan bahan pertimbangan bagi pihak terkait, diantaranya adalah sebagai berikut.

1. Terdapat keterbatasan dalam penelitian ini dalam pengambilan jumlah variabel yang tidak cukup kompleks maka diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lain yang belum dicantumkan dalam penelitian ini, sehingga dapat memberikan hasil dan pengetahuan yang lebih luas kepada perusahaan yang digunakan sebagai objek penelitian khususnya dan juga kepada pelanggan umumnya.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini bisa memberikan bahan masukan atau pertimbangan dalam menerapkan strategi keputusan pembelian bagi konsumen untuk menghadapi persaingan bisnis serupa yang ketat.

