

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan atas dasar hasil pengujian hipotesis, secara keseluruhan penulisan skripsi dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Varian rasa madu karet, randu, rambutan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk madu Wana Muria Pati. Hal ini didasari pada hasil uji t terhadap variabel varian rasa madu karet, randu, rambutan diperoleh nilai t hitung sebesar 2,428 dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,007. Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa varian rasa madu karet, randu, rambutan berpengaruh terhadap keputusan pembelian diterima.
2. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk madu Wana Muria Pati. Hal ini didasari pada hasil uji t terhadap variabel harga diperoleh nilai t hitung sebesar 2,007 dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,048. Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian diterima.
3. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk madu Wana Muria Pati. Hal ini didasari pada hasil uji t terhadap variabel etika bisnis Islam diperoleh nilai t hitung sebesar 3,803 dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian diterima.
4. Varian rasa madu karet, randu, rambutan, harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk madu Wana Muria Pati. Hal ini didasari pada hasil uji F terhadap variabel varian rasa madu karet, randu, rambutan, harga dan kualitas produk diperoleh nilai F hitung sebesar 9,717 dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat yang menyatakan bahwa varian rasa madu karet, randu, rambutan, harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian diterima.

B. Saran-saran

Saran yang disampaikan dalam penelitian ini meliputi :

1. Penambahan variabel penelitian yang juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian misalnya citra merek, promosi dan lainnya.
2. Penggunaan metode survey melalui kuesioner hendaknya diikuti dengan wawancara langsung untuk menghasilkan data yang lebih akurat.
3. Penelitian mendatang diharapkan dapat memperluas populasi penelitian. Populasi penelitian tidak hanya diambil dari satu UMKM di Pati, mungkin bisa dikembangkan pada UMKM lain yang cakupannya lebih besar.

