

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan oleh terhadap 86 responden pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap keputusan Pembelian di Wasa Karya *Furniture Interior Eksterior* Rumah” (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Gempolsari kecamatan Gabus Kabupaten Pati), maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Wasa Karya *Furniture Eksterior Interior* Rumah. Karena berdasarkan hasil analisis statistik uji t, diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 dan t hitung sebesar 5,584. Karena nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan t hitung  $> t$  tabel ( $5,584 > 1,988$ ), maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{01}$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Wasa Karya *Furniture Eksterior Interior* Rumah.
2. Terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian di Wasa Karya *Furniture Eksterior Interior* Rumah. Karena berdasarkan hasil analisis statistik uji t, diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai signifikan sebesar 0,013 dan t hitung sebesar 2,541. Karena nilai signifikan  $0,013 < 0,05$  dan t hitung  $> t$  tabel ( $2,541 > 1,988$ ), maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{02}$  ditolak dan  $H_2$  diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian di Wasa Karya *Furniture Eksterior Interior* Rumah.
3. Terdapat pengaruh signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian di Wasa Karya *Furniture Eksterior Interior* Rumah. Karena berdasarkan hasil analisis statistik uji t, diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai signifikan sebesar 0,044 dan t hitung sebesar 2,041. Karena nilai signifikan  $0,044 < 0,05$  dan t hitung  $> t$  tabel ( $2,041 > 1,988$ ), maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{03}$  ditolak dan  $H_3$  diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian di Wasa Karya *Furniture Eksterior Interior* Rumah.

4. Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian di Wasa Karya *Furniture Eksterior Interior* Rumah. Karena berdasarkan hasil analisis statistik uji F, diketahui bahwa nilai Sig sebesar 0,000 dan F hitung sebesar 23,692. Karena nilai Sig  $0,000 < 0,05$  dan F hitung  $> F$  tabel ( $23,692 > 2,72$ ), maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk, harga, dan promosi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di Wasa Karya *Furniture Eksterior Interior* Rumah. Selain itu diketahui besarnya koefisien determinasi (R Square) pada penelitian ini sebesar 0,467. Artinya besarnya pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian di Wasa Karya *Furniture Eksterior Interior* Rumah adalah 46,7%.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan maka peneliti menyampaikan saran-saran yang dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait pada penelitian ini, antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Dengan adanya hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Wasa Karya *Furniture Interior Eksterior* Rumah, pihak Wasa Karya *Furniture Interior Eksterior* Rumah dapat terus meningkatkan kualitas produk dengan meningkatkan jumlah penjualan barang yang sudah mendapat penilaian baik dari konsumen. Dengan begitu, dapat memperkuat persepsi konsumen bahwa kualitas produk yang ditawarkan merupakan produk yang memiliki kualitas produk yang baik. Pada variabel harga, apabila Wasa Karya *Furniture Interior Eksterior* Rumah terus menerus menawarkan produk dengan harga yang terjangkau serta kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat, maka pembelian yang dilakukan konsumen akan semakin meningkat. Pada variabel promosi, apabila Wasa Karya *Furniture Interior Eksterior Eksterior* Rumah terus melakukan promosi yang bervariasi di setiap bulannya, maka konsumen akan semakin tertarik untuk melakukan pembelian, karena dengan promosi yang

ditawarkan konsumen akan merasa memperoleh keuntungan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya
  - a. Bagi peneliti selanjutnya, alangkah baiknya apabila memperluas variabel yang diamati. Misalnya dengan menambah variabel kepercayaan, kualitas pelayanan, dan sebagainya. Dengan harapan peneliti selanjutnya dapat lebih baik.
  - b. Populasi dan sampel penelitian lebih diperluas, tidak hanya dari kalangan masyarakat desa, namun juga bisa dari kalangan luar desa.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Peneliti sudah melakukan se maksimal mungkin dalam melakukan penelitian ini, namun masih banyak keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Peneliti ini hanya meneliti dari variabel kualitas produk, harga dan promosi yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Wsa Karya Furniture Interior Eksterior rumah, sedangkan seharusnya masih banyak faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian ini.
2. Jumlah populasi yang terdapat dalam penelitian ini hanya mencakup masyarakat desa.
3. Masih terdapat jawaban kuesioner yang tidak konsisten menurut pengamatan peneliti. Karena responden cenderung kurang teliti terhadap pernyataan kuesioner. Hal ini dapat diminimalisir peneliti dengan cara mendampingi dan mengawasi responden saat mengisi kuesioner agar responden fokus dalam menjawab pernyataan yang ada.