

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini berdasarkan hasil analisis adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk Beras (X1), Harga (X2), dan Saluran Distribusi (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil pengujian diperoleh nilai F 4,000 dengan signifikan sebesar $0,012 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis pertama diterima.
2. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel Kualitas Produk Beras (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,341 terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan nilai t hitung sebesar 2.546 dengan tingkat signifikansi $0,013 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dengan demikian hipotesis kedua diterima.
3. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel Harga (X2) memiliki koefisien regresi sebesar -0,297 terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan nilai t_{hitung} sebesar -3.058 dengan tingkat signifikansi $0,003 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dengan demikian hipotesis ketiga diterima.

4. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel Saluran Distribusi (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,229 terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan nilai t hitung sebesar 1.805 dengan tingkat signifikansi $0,076 > 0,05$. Hal ini berarti bahwa (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembeli (Y). Dengan demikian hipotesis keempat ditolak.
5. Koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,167 atau 16,7% variabel Kualitas Produk Beras, Harga dan Saluran Distribusi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan sisanya 83,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Disarankan jasa Penggilingan Padi dalam penyebaran luaskan informasi agar konsumen lebih mudah mendapatkan informasi mengenai kualitas suatu produk atau jasa. Selain itu, pesan yang di hadapi terkandung dalam secara efektif dapat mengurangi resiko dan ketidakpastian yang dihadapi konsumen ketika membeli suatu produk atau jasa.
2. Disarankan kepada penggilingan padi untuk tetap mempertahankan posisi harga saat ini untuk tetap mempertahankan konsumen, sebab harga saat ini sudah sesuai dengan layanan jasa cuci terhadap harapan konsumen.

3. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah atau mengganti variabel independen lainnya selain kualitas produk dan harga yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian promosi online, sebab promosi online dapat merupakan strategi komunikasi paling efektif. Promosi online dapat menjangkau konsumen dan lebih cepat dengan sarana sosial media, kecepatan komunikasi dengan jangkauan yang luas sangat membantu pelaku usaha dalam memasarkan produk.

