

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini diambil berdasarkan hasil analisis adalah sebagai berikut.

5.1.1 Keragaman produk (X1) dan cita rasa secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil pengujian dari hipotesis pertama dapat diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $35,608 > F_{tabel}$ sebesar 3,28, dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dilihat dari hasil yang diperoleh, maka hipotesis pertama diterima. Dengan hasil ini membuktikan variabel keragaman produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

5.1.2 Hasil penelitian diperoleh dari variabel keragaman produk (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,565 terhadap keputusan pembelian (Y) dan nilai t_{hitung} sebesar $4,368 > t_{tabel}$ sebesar 2,034, dengan nilai tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dilihat dari hal ini membuktikan bahwa hipotesis kedua diterima. Dengan demikian menunjukkan variabel keragaman produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

5.1.3 Hasil penelitian dari variabel cita rasa (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,129 terhadap keputusan pembelian (Y) dan nilai t_{hitung} sebesar $1,155 < t_{tabel}$ sebesar 2,034, dengan nilai tingkat signifikan sebesar $0,256 > 0,05$. Dilihat dari hal ini membuktikan bahwa

hipotesis ketiga ditolak. Dengan demikian menunjukkan variabel cita rasa (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

5.1.4 Koefisien determinasi (R_{square}) sebesar 0,683 menunjukkan variabel keragaman produk (X1) dan cita rasa (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan nilai presentase R_{square} sebesar 68,3% terbukti bahwa keputusan pembelian (Y) dipengaruhi oleh keragaman produk (X1) dan cita rasa (X2) dan sisanya 31,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini.

5.2 Saran

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

1. Produk yang beragam merupakan salah satu variabel penting dan yang harus diperhatikan oleh toko Nogienosse. Dengan tetap memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen dalam hal ini berupa menyediakan produk yang beragam dapat membuat konsumen akan terus melakukan pembelian di toko Nogienosse. Dan toko Nogienosse juga dapat melakukan lebih banyak observasi mengenai produk apa saja yang paling dicari dan diminati oleh konsumennya, sehingga bisa memenuhi setiap permintaan seorang konsumen dengan memuaskan.

2. Cita rasa yang diberikan oleh produk olahan juga sangat berpengaruh dalam proses penjualan produk dari toko Nogienosse, sehingga perlu untuk lebih meningkatkan cita rasa produk yang akan dapat diterima oleh semua kalangan konsumen yang berkunjung ke toko Nogienosse. Toko Nogienosse bisa lebih memperhatikan mengenai keberagaman produk dan cita rasa yang diberikan dari setiap produknya agar dapat memenuhi harapan dari seorang konsumen terhadap produk yang dijual.
3. Untuk penelitian yang akan datang sangat disarankan untuk menambah ataupun mengganti variabel independen yang digunakan selain keragaman produk dan cita rasa konsumen yang tentu saja dapat mempengaruhi variabel dependennya yaitu keputusan pembelian yang bertujuan agar lebih melengkapi dalam penelitian ini, karena masih ada variabel-variabel lainnya yang dapat digunakan seperti : harga dan lokasi yang mungkin akan bisa mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk memilih toko Nogienosse karena harga dan lokasi bisa menarik minat seorang konsumen untuk membeli suatu produk khususnya dalam hal ini produk *frozen food* yang berada di toko Nogienosse.