

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa secara deskriptif maupun statistik, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Noka Coffee Kota Sungai Penuh, ini dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(2.155 > 2,02809)$, untuk nilai signifikan $(0,038 < 0,05)$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Noka Coffee Kota Sungai Penuh.
2. Tidak terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian di Noka Coffee Kota Sungai Penuh, ini dibuktikan dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $(0,524 < 2,02809)$, untuk nilai signifikan $(0,604 > 0,05)$. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Noka Coffee Kota Sungai Penuh.
3. Tidak terdapat pengaruh signifikan testimoni terhadap keputusan pembelian di Noka Coffee Kota Sungai Penuh, ini dibuktikan dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $(1.615 < 2,02809)$, untuk nilai signifikan $(0,115 > 0,05)$. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel testimoni tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Noka Coffee Kota Sungai Penuh.
4. Terdapat pengaruh signifikan kualitas produk, harga, dan testimoni terhadap keputusan pembelian di Noka Coffee Kota Sungai Penuh, ini dibuktikan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(2.934 > 2,87)$, untuk nilai signifikan $(0,046 <$

0,05). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel kualitas produk, harga, dan testimoni berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Noka Coffee Kota Sungai Penuh.

5. Besarnya pengaruh antara kualitas produk, harga, dan testimoni terhadap keputusan pembelian di Noka Coffee Kota Sungai Penuh adalah sebesar sebesar 19,6%. Sedangkan sisanya 80,4% adalah dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian, maka saran yang diberikan terhadap objek penelitian, maupun peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan nilai TCR terendah pada variabel keputusan pembelian, diharapkan bagi objek penelitian mempertimbangkan bahwa produk yang ditawarkan tersebut sudah sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga konsumen dapat mengambil keputusan yang tepat untuk membeli produk tersebut.
2. Berdasarkan nilai TCR terendah pada variabel kualitas produk disarankan bagi objek penelitian untuk lebih memperhatikan kualitas yang ditawarkan karena akan berdampak terhadap keputusan bagi konsumen dalam melakukan pembelian. Dan selalu memberikan inovasi terbaru terhadap produk dan layanan. memperhatikan kredibilitas informasi yang terkandung dalam testimoni guna menumbuhkan kepercayaan konsumen.
3. Berdasarkan nilai TCR terendah pada variabel harga disarankan bagi objek penelitian untuk memberikan harga yang terjangkau bagi konsumen dan

menawarkan harga yang mampu bersaing yang sesuai dengan kualitas produk.

4. Berdasarkan nilai TCR terendah pada variabel testimoni disarankan bagi objek penelitian untuk memperhatikan kredibilitas informasi yang terkandung dalam testimoni guna menumbuhkan kepercayaan konsumen.
5. Bagi peneliti dimasa mendatang disarankan untuk mencoba menggunakan metode analisis yang berbeda seperti menggunakan model pengolahan data panel dengan menggunakan Eviews, dan Stata. Saran tersebut penting untuk meningkatkan ketepatan dan akurasi hasil penelitian yang diperoleh.
6. Dalam melakukan penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan faktor faktor lain yang mempunyai hubungan dengan keputusan pembelian. Seperti yang telah diketahui variabel harga dan testimoni tidak mempengaruhi keputusan pembelian, maka dari itu perlu dilakukan penambahan faktor lain untuk menambah keakuratan penelitian ini.

