

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab diatas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada toko berkah bangunan Desa Lempur Danau Kabupaten Kerinci yang dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} , dan besarnya pengaruh adalah 17,29%.
2. Secara pasial terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian pada toko berkah bangunan Desa Lempur Danau Kabupaten Kerinci yang dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} , dan besarnya pengaruh adalah 17,55%.
3. Secara parsial tidak terdapat pengaruh antara lokasi terhadap keputusan pembelian pada toko berkah bangunan Desa Lempur Danau Kabupate Kerinci yang dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} , dan besarnya pengaruh adalah -1,21%.
4. Secara simultan terdapat pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada toko berkah bangunan Desa Lempur Danau Kabupaten Kerinci, dan besarnya pengaruh adalah 33,7%.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil TCR yang telah di paparkan pada bab di atas maka dapat disarankan sebagai berikut:

1. Pada variabel kualitas produk didapati nilai ter terendah yaitu pada indikator “Kemudahan Perbaikan” tepatnya pada pertanyaan tentang “Toko berkah bangunan menerima perbaikan produk yang rusak” dengannilai ter 67,50%. Dengan rendahnya nilai ter pada pertanyaan tersebut maka dapat disarankan kepada toko untuk dapat menerima permasalahan konsumen dalam hal produk yang rusak, karena dengan adanya penerimaan perbaikan produk dapat membuat persepsi masyarakat bahwa kualitas produk tersebut memang layak untuk diperoleh.
2. Pada variabel Lokasi didapati nilai ter terendah yaitu pada indikator “Kedekatan Lokasi” tepatnya pada pertanyaan tentang “Berkah Bangunan dekat dengan rumah saya” dengan nilai ter 75,25%. Maka dapat di sarankan untuk pemilik toko berkah bangunan membuka banyak cabang toko agar mempermudah akses kostumer dalam mendapatkan produk yang di inginkan.
3. Pada variabel harga diapati nilai ter terendah yaitu pada indikator “Harga Bersaing” tepatnya pada pertanyaan tentang “harga produk berkah bangunan dapat bersaing dengan toko lain” dengan nilai ter 78,50%. Maka dapat disarankan untuk pemilik toko dapat memberika potongan harga bagi pembeli yang sudah berlangganan untuk meningkatkan kepuasan konsmen.
4. Pada variabel keputusan pembelian didapati nilai ter terendah yaitu pada indikator “Kebiasaan dalam pembelian produk” tepatnya pada pertanyaan tentang “Saya membeli produk di berkah bangunan sesuai dengan iklan.” Dengan nilai ter 79,25%, dengan rendahnya nilai ter pada pertanyaan tersebut

maka dapat disarankan agar lebih memperhatikan lagi spesifikasi produk yang dijual telah sesuai dengan ilkan produk yang tersebar.

5. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini mengingat banyaknya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

