

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat dijelaskan kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas produk dan harga jual terhadap keputusan pembelian konsumen toko jefashion cabang lemabang Palembang sebesar 0,519 atau sebesar 51,9%, sisanya 48,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.
2. Berdasarkan uji t dapat dilihat bahwa $t_{hitung} 6,085 > t_{tabel} 1,662$ pada variabel kualitas produk (X_1), sedangkan nilai $t_{hitung} 3,431 > t_{tabel} 1,662$ pada variabel harga jual (X_2). Artinya bahwa kedua variabel memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada konsumen toko jefashion cabang lemabang Palembang.
3. Berdasarkan uji F dapat dilihat bahwa F_{hitung} sebesar $48,943 > F_{tabel}$ sebesar 3,100. Artinya kualitas produk dan harga jual berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dijelaskan, maka penulis mempunyai beberapa saran, yaitu:

1. Bagi Toko Jefashion untuk lebih memperhatikan variabel kualitas produk yang dijual. Mengingat semakin banyak pesaing baru yang mulai muncul dengan kualitas produk yang variatif dan Toko Jefashion harus menjaga konsistensi dalam pemilihan kualitas produk yang bagus karena sangat penting dalam sebuah usaha, Upaya yang harus dilakukan ialah seperti menambah kombinasi warna dan model baru produk pada Toko Jefashion. Sehingga apabila memperhatikan kualitas produk konsumen akan tertarik dan tidak merasa bosan setiap harinya dan juga dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

2. Harga pada Toko Jefashion Palembang juga hendaknya perlu di pertahankan karena konsumen toko Jefashion setuju dengan harga yang sudah disesuaikan dengan kualitas yang diberikan. Maka dari itu Toko Jefashion Palembang sebaiknya sering mengadakan potongan harga (*discount*) agar lebih menarik perhatian konsumen untuk memutuskan pembelian pada Toko Jefashion ini.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan penelitian sebelumnya. dikarenakan besar hubungan antara kualitas produk dan harga jual terhadap keputusan pembeli hanya sebesar 52,9% sisanya 47,1% dapat di pengaruhi dengan varabel lain dan bagi peneliti selanjutnya disarankan agar lebih mengembangkan variabel-variabel lain guna memberikan kontribusi yang lebih baik.