

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian, analisis data, dan pembahasan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

- 1) Harga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat membeli. Berdasarkan hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa semakin baik harga yang ditawarkan produk paskomnas, maka akan semakin menarik niat konsumen untuk membeli produk tersebut.
- 2) Harga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa semakin baik harga yang ditawarkan produk paskomnas, maka akan meningkatkan keputusan pembelian untuk membeli produk tersebut.
- 3) Persepsi mutu secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat membeli. Berdasarkan hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa semakin baik persepsi mutu dari konsumen, maka akan semakin menarik niat konsumen untuk membeli produk tersebut.
- 4) Persepsi mutu secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa semakin baik persepsi mutu dari konsumen, maka akan meningkatkan keputusan pembelian untuk membeli produk tersebut.
- 5) Niat membeli secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa

semakin tinggi niat membeli konsumen terhadap produk paskomnas, maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian untuk membeli produk tersebut.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan saat ini masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Variabel terikat yang digunakan pada penelitian ini yaitu keputusan pembelian, bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel terikat selain keputusan pembelian.
- 2) Peneliti hanya menggunakan kuesioner untuk memperoleh data, sehingga peneliti tidak dapat menilai reaksi responden ketika memberikan informasi melalui isian kuesioner dan ada kemungkinan responden memberikan jawaban secara asal-asalan.

5.3 Saran

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran sebagai masukan dan bahan pertimbangan. Adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- 1) Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lainnya yang berhubungan dengan keputusan pembelian, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai variabel apa saja yang mempengaruhi keputusan responden dalam membeli suatu produk.
- 2) Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk mengambil sampel lebih banyak yang bertujuan agar data yang diperoleh lebih akurat. Selain itu, peneliti

selanjutnya disarankan untuk menjelaskan lebih detail terkait isi dan item pernyataan kuesioner agar mempermudah responden dalam melakukan pengisian kuesioner serta meminimalisir kesalahan dalam mengisi kuesioner.

- 3) Bagi paskomnas diharapkan untuk lebih memaksimalkan produknya dari segi mutu, karena dalam penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi mutu memiliki pengaruh yang paling besar terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Sheikh Qazzafi. (2019). Consumer Buying Decision Process Toward Products. *International Journal of Scientific Research and Engineering Development*, 2(5), 130–134. ISSN: 2581-7175
- Atiya, Latif Abdulridha h. 2017. Impact of service quality on customer satisfaction. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 11(5) April 2017, Pages: 20-28
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Ratnafuri, R. F. (2022). Moenardy, et al/ *JOURNAL OF MANAGEMENT Small and Medium Enterprises (SME's)* Vol 15, No. 3, November 2022, p495-514. 15(3), 495–514.
- Sulila, I. (2019). The Effect of Discipline and Work Motivation on Employee Performance, Gorontalo. *International Journal of Applied Business & International Management*, 122-131.