

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang menggunakan metode kuantitatif dengan responden sejumlah 173 orang, analisis data menggunakan teknik analisis SEM. dan pengolahan data menggunakan *software* Smart PLS. dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Marjan, apabila kualitas produk semakin baik, maka semakin tinggi keputusan pembelian, dimana *value* tertinggi yaitu daya tahan yang menunjukkan bahwa jika suatu produk mampu meningkatkan frekuensi penggunaan, maka semakin tinggi tingkat keputusan pembelian.
2. Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Marjan, dimana semakin suatu produk memiliki harga yang terjangkau, memiliki harga yang sesuai dengan kualitas produk, memiliki harga yang kompetitif, maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian, *value* tertinggi yaitu keterjangkauan harga, yang menunjukkan bahwa semakin harga terjangkau, semakin tinggi tingkat keputusan pembelian.
3. Iklan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel iklan tidak dapat mempengaruhi keputusan pembelian sehingga pasti ada faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

B. Saran

Peneliti menyadari masih adanya kekurangan dalam penelitian kali ini, dimana peneliti berharap penelitian selanjutnya mampu menyempurnakan apa yang menjadi kekurangan saat ini, sehingga dapat bermanfaat bagi kemajuan ilmu pengetahuan serta bermanfaat bagi pertimbangan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk Marjan. Adapun beberapa saran dari peneliti yaitu:

1. Saran bagi perusahaan

- a) Marjan dapat terus mengembangkan dan menjaga kualitas produknya terutama dalam daya tahan produknya, daya tahan merupakan gambaran seberapa lama penggunaan produk oleh konsumen, frekuensi penggunaan produk membuat konsumen cenderung lebih kritis dalam penilaian kualitas produk.
- b) Marjan dapat terus menjaga keterjangkauan harganya, konsumen akan membuat keputusan pembelian berdasarkan keterjangkauan harga serta variasi harga produk.
- c) Marjan dapat mempertimbangkan faktor selain iklan untuk melihat pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

2. Saran bagi peneliti

- a) Memperluas ruang lingkup dan batasan penelitian yang tidak hanya pada variabel dalam penelitian kali ini.

- b) Mampu mendesain ulang hipotesis sehingga mampu mengganti variabel iklan dan melihat pengaruh variabel lain terhadap keputusan pembelian produk Marjan.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA