

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menjelaskan tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Harga dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen santri pondok pesantren mahasiswa (PPM) Ar-Royyan Baitul Hamdi Yogyakarta. Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen santri pondok pesantren mahasiswa (PPM) Ar-Royyan Baitul Hamdi Yogyakarta, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dikarenakan nilai p value lebih kecil dari tingkat signifikan = 5% atau ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan secara parsial Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen santri pondok pesantren mahasiswa (PPM) Ar-Royyan Baitul Hamdi Yogyakarta.
- 2) Harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen santri pondok pesantren mahasiswa (PPM) Ar-Royyan Baitul Hamdi Yogyakarta, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dikarenakan nilai p value lebih kecil dari tingkat signifikan = 5% atau ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen santri Pondok Pesantren Mahasiswa (PPM) Ar-Royyan Baitul Hamdi Yogyakarta.

3) Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen santri Pondok Pesantren Mahasiswa (PPM) Ar-Royyan Baitul Hamdi Yogyakarta, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dikarenakan nilai p value lebih kecil dari tingkat signifikan = 5% atau ($0.000 < 0.05$), maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan Kualitas Produk dan Harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen santri Pondok Pesantren Mahasiswa (PPM) Ar-Royyan Baitul Hamdi Yogyakarta.

4) Nilai koefisien determinasi Adjusted (R^2) Kualitas Produk dan Harga sebesar 0,789 atau 78,9%. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Harga mampu mempengaruhi variasi keputusan pembelian sebesar 78,9%. Sedangkan 21,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Berdasarkan dari rumusan masalah, hipotesis dan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Santri Pondok Pesantren Mahasiswa (PPM) Ar-Royyan Baitul Hamdi Yogyakarta)". Berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode regresi linier berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini membuktikan, secara simultan kedua variabel (Kualitas Produk dan Harga) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen santri Pondok Pesantren Mahasiswa (PPM) Ar-Royyan

Baitul Hamdi Yogyakarta.

2. Hasil penelitian ini membuktikan, secara parsial Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen santri Pondok Pesantren Mahasiswa (PPM) Ar-Royyan Baitul Hamdi Yogyakarta.
3. Hasil penelitian ini membuktikan, secara parsial Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen santri Pondok Pesantren Mahasiswa (PPM) Ar-Royyan Baitul Hamdi Yogyakarta.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- 1) Bagi pelaku usaha
 - a) Pelaku usaha harus memperhatikan kualitas produknya yang akan dijual ke konsumen dengan melihat dimensi dan indikator kualitas produk yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik dari suatu produk.
 - b) Pelaku usaha harus mampu menyesuaikan harga baik dalam keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk terhadap barang dan jasa yang mereka tawarkan kepada konsumen serta daya saing harga. Harga berpengaruh sangat penting dalam setiap kegiatan pemasaran, harga menjadi salah satu alat pertimbangan yang diperlukan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa yang diinginkan yang mendorong konsumen melakukan keputusan pembelian.

2) Bagi penelitian berikutnya

- a) Kepada peneliti selanjutnya, penulis mengharapkan untuk menambahkan variabel lain yang tidak diteliti, karena sisa dari variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian masih tersisa sebesar 21,1% agar mengetahui permasalahan lain yang terjadi pada Laptop Asus.
- b) Pada penelitian selanjutnya diharapkan melakukan penelitian dengan menggunakan metodologi atau responden yang lebih banyak dari penelitian sebelumnya, sehingga data yang dihasilkan dapat representatif.

