

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian tahu bakso Kenari di Solo Raya. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil uji koefisien regresi secara parsial (uji t), menunjukkan bahwa koefisien variabel kualitas produk (X_1) yakni nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = 2,457 > 1,976$ berarti bahwa koefisien regresi variabel kualitas produk berpengaruh signifikan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak yang artinya koefisien regresi pada variabel kualitas produk secara parsial sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk tahu bakso Kenari.
- 2) Berdasarkan hasil uji koefisien regresi secara parsial (uji t), menunjukkan bahwa koefisien variabel kualitas pelayanan (X_2) yakni nilai $t_{hitung} < t_{tabel} = 1,805 < 1,976$ berarti bahwa koefisien regresi variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_2 ditolak dan H_0 diterima yang artinya koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk tahu bakso Kenari.
- 3) Berdasarkan hasil uji koefisien regresi secara parsial (uji t), menunjukkan bahwa koefisien variabel harga (X_3) yakni nilai $t_{hitung} < t_{tabel} = 0,188 < 1,976$ berarti bahwa koefisien regresi variabel harga tidak berpengaruh signifikan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_3 ditolak dan H_0 diterima yang artinya koefisien regresi pada variabel harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk tahu bakso Kenari.

- 4) Berdasarkan hasil uji koefisien regresi secara parsial (uji t), menunjukkan bahwa Koefisien variabel promosi (X_4) yakni nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = 5,749 > 1,976$ berarti bahwa koefisien regresi variabel promosi berpengaruh signifikan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_4 diterima dan H_0 ditolak yang artinya koefisien regresi pada variabel promosi secara parsial sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk tahu bakso Kenari.
- 5) Berdasarkan hasil uji koefisien regresi secara simultan (uji f) menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel} = 63,196 > 2,43$ maka H_0 ditolak dan H_5 diterima, yang dimana variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian tahu bakso Kenari.
- 6) Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi bahwa nilai *Adjusted R Square* dengan hasil sebesar 0.625 atau 62%. Semakin besar angka r^2 maka akan semakin menguat hubungan dari empat variabel dalam regresi. Dan dapat diartikan bahwa 62% variabel keputusan pembelian dari variabel (kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, promosi) dan sisa 38 % dapat diartikan bahwa dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

1.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diketahui saran sebagai berikut:

1. Bagi outlet Kenari perlu diketahui bahwa analisis kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh sebab itu maka outlet Kenari perlu mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk Tahu Bakso Kenari sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian, dan untuk resep pribadi semoga bisa terjaga dengan baik, untuk pegawai bisa diberikan tambahan orang, dan untuk pemasaran semoga bisa lebih bagus lagi ke depannya.

2. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini. Sehingga peneliti berharap untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan penelitian ini sebagai bahan referensi dan dapat dikembangkan lagi untuk penelitian ini dengan menambahkan variabel atau metode lainnya.

