

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji pertama menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen sarung tenun di pasar Mirek di Kecamatan Witihama. Hal ini dibuktikan dari nilai *P-Value* 0.056 lebih besar dari 0.05.
2. Hasil uji kedua menunjukkan bahwa harga pengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan pengujian hipotesis kedua *original sample* adalah sebesar 0.072 dengan signifikansi diatas 0.05 atau 5% yang ditunjukkan dengan nilai *P-Value* 0.824 lebih besar dari 0.05
3. Hasil uji ketiga dari hasil pengolahan data, dapat diketahui bahwa minat beli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan menunjukkan bahwa nilai orginal sample sebesar 0.404 dengan ditunjukkan nilai *P-Value* 0.009 lebih kecil dari 0.05, artinya terdapat pengaruh positif secara signifikan.
4. Hasil pengujian hipotesis Kualitas Produk (X1) terhadap minat beli sarung tenun di pasar Mirek menunjukkan nilai *original sample* adalah sebesar 0.783 dengan nilai *P-Value* 0.003 artinya Kualitas Produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli Produk sarung tenun.

5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen sarung tenun di pasar Mirek Kecamatan Witihama. Artinya Minat Beli Konsumen sarung tenun tidak dipengaruhi faktor harga. Menunjukkan nilai *original sample* adalah sebesar 0.145 dengan nilai *P-Value* 0.535
6. Pengaruh mediasi variabel mediasi antara variabel kualitas produk, harga dengan variabel keputusan pembelian adalah sebesar 0,87. Kriteria diterima jika signifikansi t hitung lebih kecil dari 0,07, hasil menunjukkan nilai signifikansi 0,82 yang menunjukkan bahwa minat beli memediasi hubungan antara kualitas produk, harga dengan keputusan pembelian sarung tenun di pasar Mirek Kecamatan Witihama.

## **B. Saran**

1. Bagi para pedagang/agen sarung tenun di pasar mirek kecamatan witihama, mengingat semakin banyak konsumen yang selektif dalam memilih, maka perlu adanya peningkatan strategi kualitas produk dalam tetap mempertahankan produk. serta harga dengan melakukan penentuan harga secara baik, agar konsumen lebih tertarik.
2. Bagi para peneliti untuk menambahkan metode yang lain misalnya, dengan menggunakan analisa uji lainnya sehingga dapat melengkapi hasil penelitian selanjutnya. Dan Menggunakan teori-teori baru dan hasil penelitian-penelitian terdahulu supaya memperkuat konsep teori variabel penelitian. Seperti variabel promosi, persepsi harga, pembelian ulang, dan lain-lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah,Thamrin dan Francis Tantri. *Manajemen pemasaran*. Edisi 1, cet 3; Jakarta: Rajawali Pers,2014
- Arikunto ,Suharsimi, 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Freddy Rangkuti, *Bussiness Plan Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama,2000
- Kotler. Philip & Amstrong. (2014). *Prinsip- prinsip Manajemen*. Edisi 14, Jilid 1. Jakarta .erlangga
- Kurniasari, N. D., & Santoso, S. B. (2013). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang)* (Doctoral dissertaton, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Lupiyoadi, Rambat & A Hamdani. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nugroho J. Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media: Jakarta Timur.
- Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*,Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013,
- Sugiono. 2014 *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta: Bandung
- Tjiptono Fandy & Gregorius Chandra. *Pemasaran global (konteks offline & online)*,yongyakarta :UPP STIM YKPN,2012
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality dan Satisfaction*.
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif* , Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono, 2013, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Cv. Alfabeta