

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

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

1. Berdasarkan hasil analisis dari 100 responden, sebanyak 100% atau sebanyak 42 responden menyatakan bahwa harga minyak goreng di Top swalayan Pare tergolong murah.
2. Berdasarkan hasil analisis dari 100 responden, sebanyak 77% atau sebanyak 77 responden menyatakan bahwa variasi produk minyak goreng di Top swalayan Pare tergolong murah.
3. Berdasarkan hasil analisis dari 100 responden, sebanyak 100% atau sebanyak 36 responden menyatakan keputusan pembelian minyak goreng di Top Swalayan Pare Kediri tergolong tinggi.
4. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan variabel harga (X1) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) minyak goreng di Top Swalayan Pare Kediri. Nilai uji korelasi *pearson* sebesar 0,708 dan nilai signifikansi 0,000 artinya terdapat hubungan yang kuat. Serta hasil uji nilai $t_{hitung}=5,395 > t_{tabel}=1,66023$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima.
5. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan variabel variasi produk (X2) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) minyak

goreng di Top Swalayan Pare Kediri. Hasil nilai uji korelasi *pearson* sebesar 0,792 dengan signifikansi 0,000 artinya terdapat hubungan yang kuat. Serta hasil uji t_{hitung} sebesar 8,461 $>t_{tabel}$ sebesar 1,66023 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima.

6. Variabel harga (X1) dan variasi produk (X2) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) minyak goreng di Top Swalayan Pare Kediri. Nilai uji pada analisis korelasi berganda sebesar 0,845 dengan signifikansi *F change* 0,000 artinya berkorelasi sangat kuat. Hal ini dibuktikan dengan $F_{hitung}=120,713 > F_{tabel}=3,09$ dengan nilai signifikan 0,000. Berdasarkan perhitungan tersebut, maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Sehingga hipotesis yang ketiga berbunyi “Terdapat pengaruh harga dan variasi produk terhadap keputusan pembelian minyak goreng di Top Swalayan Pare Kediri” adalah terbukti kebenarannya. Sedangkan R^2 ditemukan hasil 0,713 artinya besarnya pengaruh variabel harga dan variasi produk terhadap keputusan pembelian sebesar 71,3%. Sedangkan sisanya 28,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, yaitu promosi dan tempat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti ingin mengajukan saran yang sekiranya dapat dijadikan masukan, yakni sebagai berikut:

1. Dalam hal harga, peneliti menyarankan agar lebih meningkatkan adanya diskon pada minyak goreng di Top Swalayan Pare Kediri. Karena diskon merupakan strategi yang baik untuk menarik perhatian konsumen. Sehingga konsumen akan melakukan pembelian ulang di Top Swalayan Pare Kediri.
2. Dalam hal variasi produk, diharapkan Top Swalayan Pare Kediri untuk tetap mempertahankan keragaman produk minyak gorengnya. Sehingga konsumen mendapat berbagai pilihan sesuai dengan yang diinginkan.
3. Bagi peneliti, selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Karena pengaruh harga dan variasi produk terhadap keputusan pembelian sebesar 71,3%. Hal ini berarti masih terdapat variabel lain yang mungkin akan mempengaruhi keputusan pembelian. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan mengambil sampel yang lebih banyak agar menghasilkan penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Atiq A. 2015. *Pengaruh Harga dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Kopma IAIN Walisongo Semarang*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN Walisongo Semarang.
- Darmawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dharmesta, Basu Swasta dan Toni Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Efendi, Wisnu Dian. 2018. *Pengaruh Variasi Produk, Kemasan dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Campina di Mini Market Wilayah Kota Kediri*. Jurnal Ekonomi Manajemen Vol. 02 No. 02.
- Efnita, Titik. 2017. *Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Wedding Organizer*. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Vol 14 No 2.
- Fahrezzy, Rifqi Sulthan dan Arlin Ferlina Moch. Trenggana. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Laptop Asus*. Jurnal Indonesia Membangun Vol. 17 No. 2.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gurajati, Damondar. 2006. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga.
- Hajar, Ibnu. 1996. *Dasar-Dasar Penelitian Kuantitatif dalam Pendidikan Metodologi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Handoko, Ifan. *Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Study Kasus di Pujasera Sumbersari Kabupaten Jember*.
- Imran, Hasyim Ali. 2017. *Peran Sampling dan Distribusi Data Dalam Penelitian Komunikasi Pendekatan Kuantitatif*. Jurnal Studi Komunikasi dan Media Vol. 21 No. 1.
- Irianto, Agus. 2007. *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Kencana Prenadana Media Group.

- Joshua, Davin dan Metta Padmalia. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Jurnal *Entrepreneur dan Entrepreneurship* Vol. 5 No. 1.
- Kotler, Philip Dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2010. *Bauran Pemasaran Edisi 4*. Jakarta:PT. Penhalindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- _____ 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi 13*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Mita S. 2015. *Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan Alif 2 Trenggalek*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi. Universitas Nusantara PGRI Kediri
- Nasution, Hamni Fadlilah. 2018. *Pengaruh Kemudahan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online*. Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam Vol. 4 No. 1.
- Nugroho, Rosalendro Eddy. 2016. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengangguran di Indonesia Periode 1998-2014*. Jurnal Pasti Volume X No. 2.
- Nurrahman, Indra dan Rd. Dian Herdiana Utama. 2016. *Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian*. Journal of Business Management and Entrepreneurship Education Vol. 1 No. 1.
- Ongkosaputra, Dirga Pratama dan Yunita Budi Rahayu Silintowe. 2017. *Citra Merek, Promosi Penjualan dan Keragaman Produk dalam Keputusan Pembelian Produk Giordano*. Jurnal MODUS dan Ristekdikti.
- Pertiwi, Marina Intan dan Edy Yulianto Sunarti. 2016. *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 37 No. 1.
- Prayitno, Dwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Prayitno, Dwi. 2012. *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: C.V Andi.
- Prayitno, Dwi. 2014. *SPSS 22: Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: ANDI.

- Qardhawi, Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta:Gema Insani.
- Rahmawati, Penny. 2015. *Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan Customer Experience terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti Bredtalk Yogyakarta*. Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 12 No. 1.
- Riduwan. 2011. *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Sopiah dan Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiono. 2012. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratman. 2008. *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: Ardana Media.
- Syafei, Rachmat. 2000. *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tobing, Fitri Morina dan Dionisius Sihombing. 2016. *Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Plans Vol. 11 No. 2.
- Utami, Cristina Widya. 2006. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Vidi Y. 2018. *Pengaruh Harga, Gaya Hidup, dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Pasar Tradisional Petisah Medan*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi. Universitas Sumatera Utara: Medan.
- Wahyunita N. 2016. *Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Giant Ekspres Cabang Alauddin Makassar*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN Alauddin Makassar.
- Zamhari, Peter dan Lona Miranda. 2018. *Analisis Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Bangka Trade Center Pangkalpinang*. Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis Vol. 26 No. 2.
- Zuraidah. 2011. *Statistika Deskriptif*. Kediri: STAIN Kediri Press.