

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap konsumen pengguna produk benih jagung UD Toko Jaya Abadi yang sudah di uji menggunakan bantuan SPSS 25. Berikut adalah hasil pengolahan dan analisis data untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian ini.

1. Dari hasil penelitian variabel produk dapat diketahui bahwa dari 349 responden sebanyak 97,4% atau 340 responden menyatakan bahwa produk benih jagung UD Toko Jaya Abadi memperoleh kategori baik.
2. Dari hasil penelitian variabel harga dapat diketahui bahwa dari 349 responden sebanyak 100% atau 349 responden menyatakan bahwa harga benih jagung UD Toko Jaya Abadi memperoleh kategori murah.
3. Dari hasil penelitian variabel keputusan pembelian dapat diketahui bahwa dari 349 responden sebanyak 85,1% atau 297 responden menyatakan bahwa keputusan pembelian UD Toko Jaya Abadi memperoleh kategori baik.
4. Berdasarkan dari hasil penelitian yang diperoleh, variabel produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada UD Toko Jaya Abadi. Hal tersebut dapat diketahui bahwa nilai uji korelasi person sebesar -0,514, dengan nilai sig sebesar 0,000 dan nilai korelasi pearson berada diantara 0,40-0,599 yang artinya variabel produk dengan keputusan pembelian mempunyai korelasi cukup kuat. Sedangkan t_{hitung} variabel produk yakni sebesar -6,718. Dari hasil tersebut maka dapat diambil

kesimpulan $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ yakni $-6,718 < -1,967$ dengan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$. Kesimpulannya adalah variabel produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk benih jagung UD Toko Jaya Abadi.

5. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada UD Toko Jaya Abadi. Hal tersebut dapat diketahui bahwa nilai uji korelasi person sebesar 0,736, dengan nilai sig sebesar 0,000 dan nilai korelasi pearson berada diantara 0,60-0,799 yang artinya variabel harga dengan keputusan pembelian mempunyai korelasi kuat. Sedangkan t_{hitung} pada variabel harga sebesar 16,823. Dari hasil tersebut maka disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $16,823 > 1,967$ dengan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$. Kesimpulannya adalah variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian benih jagung UD Toko Jaya Abadi.
6. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, diketahui bahwa nilai signifikansi F change sebesar $0,000 < 0,05$. Diperoleh nilai R diketahui sebesar 0,771 yang berarti produk dan harga dengan variabel keputusan pembelian berkorelasi kuat terhadap keputusan pembelian benih jagung UD Toko Jaya Abadi. Dari hasil uji regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$ yaitu $Y = 15,724 - 0,320X_1 + 0,764X_2$. Pada uji F diperoleh hasil $F_{hitung} = 254,377 > F_{tabel} 3,04$ dengan nilai signifikan 0,000. Maka dari hasil tersebut H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, dalam penelitian ini terdapat pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian benih jagung UD Toko Jaya Abadi.

Hasil uji determinasi atau R square sebesar 0,595 atau 59,5%. Hal ini menunjukkan bahwa produk dan harga berpengaruh sebesar 59,5% terhadap keputusan pembelian benih jagung UD Toko Jaya Abadi. Sedangkan sisanya sebesar 40,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, yaitu faktor promosi dan lokasi.

B. Saran

Dari hasil penelitian ini maka peneliti ingin memberikan saran agar dijadikan bahan evaluasi perusahaan atau peneliti selanjutnya, yaitu:

1. Bagi UD Toko Jaya Abadi

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada UD Toko Jaya Abadi bahwa produk dan harga memiliki kategori baik dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk benih jagung. Maka peneliti mengharapkan agar UD Toko Jaya Abadi bisa mempertahankan produk dan harga yang sudah dijalankan atau bisa lebih ditingkatkan lagi. Agar pembeli tetap membeli produk yang ditawarkan pada UD Toko Jaya Abadi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi pembelian karena kontribusi produk dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 59,5%. Hal ini berarti masih terdapat variabel lain yang mungkin akan mempengaruhi keputusan pembelian seperti faktor promosi dan lokasi. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan

mengambil sampel yang lebih beragam agar menghasilkan penelitian yang lebih baik.