

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap konsumen yang telah melakukan pembelian produk batik Tulis Blok Gria Batik Ndesa Nganjuk, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah, tujuan penelitian dan hipotesis yang diajukan. Maka peneliti memperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa dari 349 responden sebanyak 97.4% atau 340 responden menyatakan bahwa harga batik Tulis Blok Gria Batik Ndesa Nganjuk memperoleh kategori baik.
2. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa dari 349 responden sebanyak 93.1% atau 325 responden menyatakan bahwa produk pada batik Tulis Blok Gria Batik Ndesa Nganjuk memperoleh kategori murah.
3. Dari hasil penelitian tersebut bisa disimpulkan bahwa dari 349 responden ada 99.1% atau sebanyak responden menyatakan bahwa keputusan pembelian produk batik Tulis Blok Gria Batik Ndesa Nganjuk mendapat kategori baik.
4. Berdasarkan uji korelasi diperoleh nilai pearson sebesar 0,666 dan nilai signifikan 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai korelasi pearson berada antara 0,61-0,80, sehingga diperoleh hubungan antara harga dengan keputusan pembelian adalah kuat. Selanjutnya diperoleh t_{hitung} pada variabel harga sebesar 10,198. Dari hasil tersebut maka disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $10,198 > 1,967$ berarti H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak.

.Artinya pada penelitian ini variabel harga secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian batik Tulis Blok Gria Batik Ndesa Nganjuk.

5. Berdasarkan hasil uji korelasi diketahui nilai pearson sebesar dan 0,689 diperoleh nilai signifikan 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai korelasi pearson berada antara 0,41-0,60, sehingga diperoleh hubungan antara produk dengan keputusan pembelian adalah sedang. Kemudian diperoleh bahwa t_{hitung} pada variabel produk sebesar 8.891. Dari hasil tersebut maka disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $8.891 > 1,967$ berarti dapat disimpulkan pada penelitian ini bahwasannya terdapat pengaruh antara variabel produk terhadap keputusan pembelian produk batik Tulis Blok Gria Batik Ndesa Nganjuk.
6. Dalam perhitungan diketahui bahwa nilai signifikansi F *Change* sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hasil uji diperoleh nilai R sebesar 0,757 artinya variable harga dan variabel produk secara bersama-sama mempunyai hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian produk batik Tulis Blok Gria Batik Ndesa Nganjuk. Dari hasil uji regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi $Y = 11,230 + 0,395X_1 + 0,383X_2$. Pada uji F diperoleh hasil F_{hitung} $231.623 > F_{tabel}$ 3,04 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dari hasil tersebut H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak. Artinya, dalam penelitian ini terdapat pengaruh antara variabel harga dan produk terhadap keputusan pembelian produk batik Tulis Blok Gria Batik Ndesa Nganjuk. Hasil uji determinasi diperoleh koefisien determinasi atau *R square* yaitu 0,573 yang memiliki arti bahwa variabel harga dan produk memiliki pengaruh sebesar 57,3% terhadap keputusan pembelian produk batik Tulis Blok Gria Batik Ndesa

Nganjuk ,dan untuk sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini yakni lokasi dan promosi.

B. Saran

Dari hasil penelitian ini maka peneliti ingin memberikan saran atau masukan agar dijadikan untuk evaluasi perusahaan ataupun peneliti selanjutnya, yakni :

1. Bagi Gria Batik Ndesa Nganjuk

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada Gria Batik Ndesa Nganjuk bahwa harga dan produk mempunyai kategori baik dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk batik Tulis Blok. Maka peneliti mengharapkan agar Gria Batik Ndesa dapat mempertahankan harga dan produk yang sudah di jalankan, serta meningkatkan inovasi-inovasi produk maupun strategi pemasarannya. Agar pembeli tetap melakukan pembelian produk, dengan begitu produk Gria Batik Ndesa lebih dikenal lagi di masyarakat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya supaya menjadikan penelitian ini lebih berkembang dengan meneliti faktor-faktor lain mengenai faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pembelian karena kontribusi harga dan produk terhadap keputusan pembelian sebesar 57,3%. Dari hal ini berarti masih terdapat variabel yang lainnya yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian seperti faktor promosi dan lokasi. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melaksanakan penelitian dengan mengambil sampel yang lebih beragam agar menghasilkan penelitian yang lebih baik.