

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan terhadap pembeli di Pasar Sayur Induk Pare tentang Pengaruh Harga dan Produk terhadap Keputusan Pembelian Bawang Putih dapat ditarik kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian dan hasil penyajian data yang terkumpul. Maka peneliti menyusun beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil kategorisasi pada tabel diatas dapat diketahui bahwa harga produk bawang putih di Pasar Sayur Induk Pare termasuk dalam kategori murah . Hal ini didasarkan pada hasil perhitungan bahwa sebanyak 50% atau 50 responden menjawab dalam kategori murah dan 27% responden yang menjawab dalam kategori cukup murah.
2. Dari hasil kategorisasi pada tabel diatas dapat diketahui bahwa produk bawang putih di Pasar Sayur Induk Pare termasuk dalam kategori baik. Hal ini didasarkan pada hasil perhitungan bahwa sebanyak 43% atau 43 responden menjawab dalam kategori baik dan 35% responden yang menjawab dalam kategori cukup.
3. Dari hasil kategorisasi pada tabel diatas dapat diketahui bahwa Variabel Y (keputusan pembelian) produk bawang putih di Pasar Sayur Induk Pare termasuk dalam kategori baik. Hal ini didasarkan

pada hasil perhitungan bahwa sebanyak 47% atau 47 responden menjawab dalam kategori baik dan 40% responden yang menjawab dalam kategori cukup.

4. Berdasarkan hasil pengujian di atas diperoleh *p-value* $0,000 < 0,05$ artinya signifikan. Signifikan disini berarti H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Harga (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).
5. Berdasarkan hasil pengujian di atas diperoleh *p-value* $0,000 < 0,05$ artinya signifikan. Signifikan disini berarti H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).
6. Pada analisis *korelasi product moment* dan *regresi* sebesar R sebesar 0,677. Berdasarkan pedoman derajat hubungan korelasi, 0,677 terletak pada nilai 0,50 – 0,699. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Harga (X_1) dan Produk (X_2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) termasuk dalam kategori korelasi yang memiliki hubungan kuat. Berdasarkan hasil uji regresi diperoleh persamaan regresi $Y = 5,379 + 0,320 X_1 + 0,329 X_2$ dan nilai nilai signifikan 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa X_1 (Harga) dan X_2 (Produk) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Y (Keputusan Pembelian) pada Produk Bawang Putih di

Pasar Sayur Induk Pare. Koefisien determinan atau *R square* memiliki nilai sebesar 0,459, artinya besarnya pengaruh X_1 (Harga) dan X_2 (Produk) terhadap Y (Keputusan Pembelian) sebesar 45,9% sedangkan sisanya (54,1%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, yaitu faktor Promosi dan Lokasi.

B. Saran

1. Bagi Dunia Akademik

Untuk bisa dijadikan sebagai salah satu sumber referensi dan sumber informasi sekaligus data penunjang tentang pentingnya peran Harga (*price*) serta Product (*Place*) sebagai salah satu unsur yang paling mempengaruhi dalam keputusan pembelian.

2. Bagi Dinas terkait

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu acuan bagi dinas terkait (DISPERINDAG) untuk senantiasa memberikan perhatian lebih terhadap Harga serta Produk terutama pada produk bawang putih.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu acuan bagi peneliti selanjutnya untuk dijadikan sebagai referensi ataupun telaah pustaka, serta diharapkan dilakukan penelitian yang lebih luas mengenai Harga dan Produk dari bawang putih ini.