

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis yang diajukan, serta hasil analisis data, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis data dari 349 responden menunjukkan sebanyak 302 responden atau 86,5% menilai bahwa desain produk CV Bumi Pandji Batik Lochatara Kediri dalam kategori baik.
2. Berdasarkan hasil analisis data dari 349 responden menunjukkan sebanyak 310 responden atau 88,8% menilai bahwa harga pada CV Bumi Pandji Batik Lochatara Kediri dalam kategori baik.
3. Berdasarkan hasil analisis data dari 349 responden menunjukkan sebanyak 325 responden atau 93,1% menilai bahwa keputusan pembelian pada CV Bumi Pandji Batik Lochatara Kediri dalam kategori tinggi.
4. Berdasarkan hasil pengujian mengindikasikan bahwa variabel desain produk (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen kain batik pada CV Bumi Pandji Batik Lochatara Kediri. Hal ini dibuktikan dengan nilai hasil dari uji korelasi *pearson* sebesar 0,804 dengan nilai signifikansi 0,000 yang berarti ada hubungan yang sangat kuat antara variabel desain produk (X_1) dengan keputusan pembelian (Y). Kemudian hasil uji statistik yaitu uji t

menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima.

5. Berdasarkan hasil pengujian mengindikasikan bahwa variabel harga (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen kain batik pada CV Bumi Pandji Batik Lochatara Kediri. Hal ini dibuktikan dengan nilai hasil dari uji korelasi *pearson* sebesar 0,661 dengan nilai signifikansi 0,000 yang berarti ada hubungan yang sangat kuat antara variabel harga (X_2) dengan keputusan pembelian (Y). Kemudian hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan temuan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima.
6. Berdasarkan hasil pengujian mengindikasikan bahwa variabel Desain Produk (X_1) dan Harga (X_2) yang terbukti memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) kepada konsumen kain batik pada CV Bumi Pandji Batik Lochatara Kediri. Hasil uji pada analisis korelasi berganda menunjukkan angka sebesar 0,832 dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 yang menyatakan adanya korelasi yang kuat. Sementara hasil uji F menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar $388.128 > F_{tabel}$ yaitu 3,02 dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Selain itu nilai R^2 didapatkan sebesar 0,692 atau 69,2%. Hal ini menunjukkan bahwa desain produk dan harga memiliki pengaruh sebesar 69,2% terhadap keputusan pembelian konsumen kain batik pada CV Bumi Pandji Batik Lochatara Kediri.

Adapun 30,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yaitu *place* dan *promotion* yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan pada uraian hasil pembahasan diatas yang dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen kain batik pada CV Bumi Pandji Batik Lochatara Kediri, berikut adalah beberapa saran yang disampaikan terhadap pihak-pihak terkait:

1. Pengaruh desain produk dan harga ini dapat dijadikan sebagai tambahan referensi sebagai suatu langkah yang dapat dilakukan guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen kain batik yang mencakup lima tahap, yaitu memahami masalah, mencari informasi, melakukan evaluasi alternatif, membuat keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.
2. Hasil dan temuan penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan bahan acuan pada bidang pemasaran, sebab pemasaran merupakan salah satu faktor terpenting bagi suatu usaha.
3. Bagi pembaca, diharapkan dapat memperoleh temuan-temuan baru dan menarik, sehingga penelitian tersebut dapat menyempurnakan kekurangan dari penelitian sebelumnya.