

BAB VI

PENUTUP

A Kesimpulan

1. Berdasarkan output analisis regresi linear berganda, diperlihatkan bahwa kualitas produk memiliki hubungan positif dan signifikan secara statistik dengan variabel keputusan pembelian *hand and body lotion* Marina. Hal ini dibuktikan pada hasil uji dari nilai t-hitung sebesar $8,048 > t\text{-tabel } 1,873$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
2. Variabel Harga (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan dibuktikan hasil nilai t-hitung sebesar $6,661 > t\text{-tabel } 1,973$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
3. Secara simultan kedua variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini dibuktikan dari hasil uji F diketahui bahwa nilai sig pada variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $114,894 > 3,05$ yang dimana bisa disimpulkan bahwa H_a diterima. Serta nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,559 menunjukkan bahwa 55,9% hasil ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian ini bisa dijelaskan melalui variabel kualitas produk dan juga harga. Sementara yang 44,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dikaji pada penelitian ini seperti merek, iklan, lokasi, gaya hidup, teman atau orang lain.

B Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneli memberikan beberapa saran yang diharapkan bisa menjadi masukan yang bermanfaat, antar lain:

1. Perusahaan marina diharapka mampu menjaga dan terus konsistensi dalam upaya peningkatan terhadap kualitas produknya, khususnya pada aspek daya tahan, keandalan, serta etestika produk seperti aroma dan tampilan kemasan. Hal ini penting karena agar konsumen tetap merasa puas dan memiliki loyalitas untuk terus menerus menggunakan produk Marina.
2. Dalam hal penetapan harga, perusahaan perlu mempertahankan strategi harga yang terjangkau namun tetap sebanding dengan kualitas produk. Hal ini akan memudahkan untuk segemen para pelajar untuk tetap menjangkau dan membeli produk Marina secara berkelanjutan.
3. Bagi perusahaan sejenis atau kompetitor, hasil ini bisa dijadikan sebagai acuan untuk memahami pentingnya kselarasan ntara kualitas dan harga produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian, terutama pada kalangan anak-anak sekolah atau remaja putri.
4. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat mengembangkan objek yang lebih luas dan terbuka, apalagi di era teknologi yang maju pada saat ini. Misalnya dengan menggunakan faktor lain dan pola implementasinya dalam mengamati keputusan pembelian suatu produk barang dan jasa.