

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 penelitian data dari 70 responden menunjukkan bahwa produk briket pada CV ANA Puncu Kabupaten Kediri berada dalam kategori baik. Produk yang ditawarkan dinilai memiliki kualitas yang baik, sesuai dengan kebutuhan konsumen, mampu memberikan manfaat yang diharapkan, serta memiliki karakteristik yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa produk briket CV ANA Puncu mampu memenuhi harapan mayoritas konsumen.
2. Berdasarkan hasil penelitian data dari 70 responden menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap produk briket CV ANA Puncu Kabupaten Kediri berada dalam kategori baik. Konsumen menunjukkan kecenderungan untuk memilih produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain, serta melakukan pembelian ulang karena merasa puas terhadap produk yang ditawarkan.
3. Berdasarkan hasil pengujian mengindikasikan bahwa variabel produk (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) briket pada CV ANA Puncu Kabupaten Kediri. Hal ini dibuktikan dengan nilai hasil uji korelasi Pearson sebesar 0,806 dengan nilai signifikansi 0,000, yang berarti terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel

produk (X) dengan keputusan pembelian (Y). Kemudian hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan temuan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.

B. Saran

Berdasarkan pada uraian hasil pembahasan di atas yang dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh produk terhadap keputusan pembelian briket pada CV ANA Puncu Kabupaten Kediri, berikut adalah beberapa saran yang disampaikan terhadap pihak-pihak terkait:

1. Pengaruh produk ini dapat dijadikan sebagai tambahan referensi dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Perusahaan diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk briket yang mencakup berbagai aspek produk sehingga mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen
2. Hasil dan temuan penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan bahan acuan dalam bidang pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan pengembangan produk sebagai salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.
3. Bagi pembaca, diharapkan dapat memperoleh temuan-temuan baru dan menarik, sehingga penelitian tersebut dapat menyempurnakan kekurangan dari penelitian sebelumnya serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan produk dan keputusan pembelian.