

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan terhadap konsumen penyenanar senar raket PowerAce DG66 di Toko Yoga Sport sebagai responden, maka dapat ditarik kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian serta hasil penyajian data yang terkumpul. Maka peneliti menyusun beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis data variabel kualitas produk, diperoleh hasil 270 (77,4%) responden menyatakan bahwa kualitas produk (pelayanan produk) senar raket PowerAce DG66 di Toko Yoga Sport Ds. Purwokerto Kec. Ngadiluwih termasuk dalam kategori baik.
2. Analisis data variabel harga, diperoleh hasil 263 (75,4%) responden menyatakan bahwa harga penyenanar senar raket PowerAce DG66 di Toko Yoga Sport Ds. Purwokerto Kec. Ngadiluwih Kab. Kediri termasuk dalam kategori baik.
3. Analisis data variabel keputusan pembelian, diperoleh hasil 283 (81,1%) responden menyatakan bahwa keputusan pembelian senar raket PowerAce DG66 di Toko Yoga Sport Ds. Purwokerto Kec. Ngadiluwih Kab. Kediri termasuk dalam kategori baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel

kualitas produk (pelayanan produk) berpengaruh terhadap keputusan pembelian senar raket PowerAce DG66 di Toko Yoga Sport Ds. Purwokerto Kec. Ngadiluwih Kab. Kediri. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji korelasi nilai *Pearson Correlation* sebesar 0,649 dan nilai Signifikansi 0,000. Kesimpulannya bahwa pengaruh kualitas produk (pelayanan produk) secara individu terhadap keputusan pembelian senar raket PowerAce DG66 di Toko Yoga Sport Ds. Purwokerto Kec. Ngadiluwih Kab. Kediri termasuk korelasi kuat.

4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian senar raket PowerAce DG66 di Toko Yoga Sport Ds. Purwokerto Kec. Ngadiluwih Kab. Kediri. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji korelasi nilai *Pearson Correlation* sebesar 0,556 dan nilai Signifikansi 0,000. Kesimpulannya bahwa pengaruh harga secara individu terhadap keputusan pembelian senar raket PowerAce DG66 di Toko Yoga Sport Ds. Purwokerto Kec. Ngadiluwih Kab. Kediri termasuk dalam korelasi sedang.
5. Pada analisis korelasi/hubungan secara simultan (bersama-sama) diperoleh nilai R sebesar 0,686 dan berada pada interval nilai 0,50- 0,699. Sehingga dapat diartikan bahwa hubungan variabel kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) secara simultan (bersama-sama) dengan variabel keputusan pembelian (Y) memiliki derajat

hubungan yang kuat. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi $Y=9,183 + 0,443X_1 + 0,231X_2$ dan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil analisis koefisien determinasi atau *R square* diperoleh sebesar 0,470 atau 47%. artinya variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga. Sedangkan 53% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, yaitu faktor *promotion* dan *place*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti ingin menyampaikan beberapa saran yang dapat dijadikan masukan, yakni sebagai berikut:

1. Bagi Yoga Sport

- a. Berdasarkan penelitian dapat diketahui bahwa kualitas produk (pelayan produk) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian senar raket PowerAce DG66 di Toko Yoga Sport. Variabel kualitas produk (pelayan produk) termasuk dalam kategori baik dalam mempengaruhi keputusan pembelian senar raket PowerAce DG66 di Toko Yoga Sport. Peneliti menyarankan kepada pemilik toko untuk selalu meningkatkan kinerja dalam proses penyenanaran senar raket badminton. Supaya selalu mendapatkan dukungan dan respon yang baik oleh pelanggannya.

b. Berdasarkan penelitian dapat diketahui bahwa harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian senar raket PowerAce DG66 di Toko Yoga Sport. Variabel harga termasuk dalam kategori baik dalam mempengaruhi keputusan pembelian senar raket PowerAce DG66 di Toko Yoga Sport. Peneliti menyarankan kepada pemilik toko untuk terus memperhatikan harga produk yang ditawarkan supaya bisa menguntungkan satu sama lain antara toko maupun konsumen dan juga untuk bersaing di pasar dengan toko sport lainnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi pembelian karena kontribusi kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 47%. Hal ini berarti masih terdapat variabel lain yang mungkin akan mempengaruhi keputusan pembelian seperti faktor *promotion* dan *place*. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan mengambil sampel yang lebih beragam agar menghasilkan penelitian yang lebih baik.