

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis dan hasil analisis SPSS 21.0 dengan sampel 349 responden *jasmine tea* pada Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri, maka kesimpulannya adalah:

1. Berdasarkan analisis data yang dilakukan yaitu sebanyak 323 responden (92,6%) menyatakan harga *jasmine tea* pada Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri dalam kategori baik.
2. Berdasarkan analisis data yang dilakukan yaitu sebanyak 323 responden (92,6%) menyatakan produk *jasmine tea* pada Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri dalam kategori baik.
3. Berdasarkan analisis data yang dilakukan yaitu sebanyak 303 responden (86,8%) menyatakan keputusan pembelian *jasmine tea* pada Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri dalam kategori baik.
4. Berdasarkan analisis data uji korelasi untuk variabel harga (X1) diperoleh nilai korelasi *pearson* sebesar 0,422 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi antara harga dan keputusan pembelian tergolong sedang karena berkisar antara nilai 0,400 – 0,599. Nilai *t* hitung 3,262 dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,966 dengan nilai signifikansi 0,001, dimana nilai tersebut $< 0,05$. Dari sini dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara harga dengan keputusan pembelian. Berdasarkan Hipotesis 1, H_a yang berarti “Ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *jasmine*

tea pada Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri”, diterima dan terbukti kebenarannya.

5. Berdasarkan analisis data uji korelasi untuk variabel produk (X_2) diperoleh nilai korelasi Pearson sebesar 0,591 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara produk dengan keputusan pembelian tergolong sedang, berada diantara nilai 0,400 – 0,599. Nilai t_{hitung} 10,197 dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,966 dengan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut $< 0,05$. Dari sini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antar produk terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan Hipotesis 2 H_a yang berarti “Ada pengaruh produk terhadap keputusan pembelian *jasmine tea* pada Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri”, diterima dan terbukti kebenarannya.
6. Berdasarkan uji korelasi berganda didapatkan nilai signifikansi F_{change} sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai R sebesar 0,607 yang artinya harga dan produk secara bersama-sama memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian *jasmine tea* pada Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri. Kemudian hasil uji regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi $Y = 6,533 + 0,120X_1 + 0,552X_2$. Hasil uji F diperoleh nilai $f_{hitung} = 100,800 > f_{Tabel}$ 3,021 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka berdasarkan Hipotesis 3, H_a yang berbunyi “Ada pengaruh antara harga dan produk terhadap keputusan pembelian *jasmine tea* pada Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri” diterima dan terbukti kebenarannya. Nilai determinasi (R^2) sebesar 0,368 atau 36,8%. Hasil ini menunjukkan bahwa harga dan produk berpengaruh sebesar 36,8% terhadap keputusan pembelian konsumen *jasmine tea* pada Teh Poci Mbak

Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri. Sedangkan sisanya sebesar 63,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian yaitu promosi dan lokasi.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis mengajukan usulan sebagai berikut:

1. Bagi Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa harga dan produk pada Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri termasuk dalam kategori baik dalam mempengaruhi keputusan pembelian *jasmine tea*. Diharapkan Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri tetap mempertahankan harga dan produk yang sudah ada dalam kategori baik. Serta mempertahankan kinerjanya agar konsumen merasa puas sehingga akan melakukan pembelian ulang.

2. Untuk peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan tema yang hampir sama, maka dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain. Karena dalam penelitian ini harga dan produk terhadap keputusan pembelian berpengaruh sebesar 36,8%, artinya terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti faktor lokasi dan promosi