

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari pemaparan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa harga masker wajah merek Roro Mendut menurut konsumen atau member Roro Mendut di Toko Telateni Mask Kabupaten Kediri sebanyak 81 atau 95,9% responden menyatakan keterjangkauan harga pada Toko Telateni Mask termasuk dalam kategori murah.
2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa promosi masker wajah merek Roro Mendut menurut konsumen atau member Roro Mendut di Toko Telateni Mask Kabupaten Kediri sebanyak 73 atau 67,5% responden menyatakan promosi pada Toko Telateni Mask termasuk dalam kategori baik.
3. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa keputusan pembelian masker wajah merek Roro Mendut menurut konsumen atau member Roro Mendut di Toko Telateni Mask Kabupaten Kediri sebanyak 89 atau 100% responden menyatakan keputusan pembelian pada Toko Telateni Mask termasuk dalam kategori baik.
4. Berdasarkan hasil uji pada SPSS diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $8,673 > 1,984$  berarti  $H_{a1}$  diterima dengan nilai sig pada variabel harga sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti  $H_{01}$  ditolak. Variabel harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian masker Roro Mendut di Toko

Telateni Mask. Diketahui nilai *pearson correlation* variabel keputusan pembelian dengan variabel harga menunjukkan angka 0,706 yang berarti variabel harga mempunyai hubungan yang kuat terkait dengan keputusan pembelian masker roromendut di Toko Telateni Mask.

5. Berdasarkan hasil uji pada pada SPSS bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $7,643 > 1,984$  berarti  $H_{a2}$  diterima dengan nilai sig pada variabel promosi sebesar  $0,002 < 0,05$  yang berarti  $H_{02}$  ditolak. Variabel promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian masker Roro Mendut di Toko Telateni Mask. Diketahui nilai *pearson correlation* variabel keputusan pembelian dengan variabel promosi menunjukkan angka 0,434 yang artinya variabel promosi mempunyai hubungan yang sedang terkait dengan keputusan pembelian masker Roro Mendut di Toko Telateni Mask.
6. Hasil uji  $F_{hitung}$  uji F yang diperoleh yaitu  $60,230 > 3,09$  dan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya, dalam penelitian ini terdapat pengaruh secara simultan atau secara bersama-sama antara variabel harga dan promosi terhadap keputusan pembelian masker merek Roro Mendut di Toko Telateni Mask Kabupaten Kediri. Persamaan regresi pada penelitian ini yaitu  $Y = 6,224 + 0,702 X_1 + 0,523 X_2$ . Dilihat dari nilai R korelasi sebesar 0,708 bahwa variabel harga dan variabel promosi secara bersama-sama mempunyai hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian masker Roro Mendut di Toko Telateni Mask. Sedangkan koefisien determinasi atau R square yaitu 0,501 yang artinya variabel harga dan promosi mempunyai pengaruh sebesar 50 % terhadap keputusan pembelian masker Roro Mendut di Toko Telateni Mask.

## **B. Saran**

### **1. Bagi Toko Telateni Mask Kabupaten Kediri**

Penelitian ini dapat menjadi salah satu tolak ukur untuk mengetahui tingkat keputusan pembelian konsumen di Toko Telateni Mask Kabupaten Kediri. Pemilik dari toko ini hendaknya menjaga kualitas pelayanan, menjaga kestabilan harga produk dan meningkatkan strategi penjualan dengan mempromosikan produknya kepada konsumen yang lebih luas agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Karena tidak menutup kemungkinan bahwa dengan penelitian yang menggunakan variabel lain akan menghasilkan kesimpulan penelitian yang lebih baik lagi.