

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian ini maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk adalah kemampuan produk untuk memenuhi fungsi-fungsinya. Pengaruh antara variabel Kualitas Produk (X1) Keputusan Memilih (Y) di peroleh t tabel sebesar 1.988 (data t tabel terlampir), dan perolehan nilai thitung sebesar 2,495 dengan artian bahwa t hitung > t tabel dengan nilai signifikan sebesar $0,014 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Produk (X1) terhadap variabel keputusan Memilih (Y) Lembaga Kursus Genta English Course.
2. Promosi merupakan salah satu merupakan salah satu variabel bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan dalam memasarkan produk atau jasa. pengaruh antara variabel Promosi (X2) Keputusan Memilih (Y) di peroleh t tabel sebesar 1.988 (data t tabel terlampir), dan perolehan nilai t hitung sebesar 4,770 dengan artian bahwa t hitung > t tabel dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variabel Promosi (X2) terhadap

variabel keputusan Memilih (Y) Lembaga Kursus Genta English Course.

3. Kualitas Produk dan Promosi lembaga genta English course berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F yang menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $24,755 > 3,100$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka variabel independet berpengaruh secara simultan terhadap dependent. Maka hipotesis yang di ajukan yaitu kualitas produk dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan memilih. Hal ini juga dapat dilihat dalam hasil Uji Determinasi yang menunjukkan bahwa ukuran kualitas produk dan promosi mampu mempengaruhi keputusan memilih sebesar 0,363 atau 36,3%. Artinya kualitas produk dan promosi memiliki pengaruh yang sedang dalam meningkatkan keputusan memilih Lembaga Genta English Course. Hal ini dikarenakan adanya faktor lain yang lebih mempengaruhi Keputusan Memilih.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian ini, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Dunia Akademik

Saya berharap skripsi ini bisa dijadikan sebagai salah satu sumber referensi dan sumber informasi serta data penunjang mengenai analisis *marketing mix*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan mampu untuk memasukkan atau menambahkan variabel baru yang diidentifikasi dapat mempengaruhi Keputusan Memilih serta dapat menambah metode pengamatan sehingga mendapatkan data yang lebih banyak dan memperoleh hasil yang lebih akurat.