

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap konsumen penggunaan Produk Bagori pada UD. Rinings Nganjuk, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah, tujuan penelitian dan hipotesis yang diajukan. Maka peneliti memperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa dari 349 responden sebanyak 100% atau 349 responden menyatakan bahwa produk bagori pada UD. Rinings Nganjuk memperoleh kategori baik.
2. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa dari 349 responden sebanyak 90,3% atau 315 responden menyatakan bahwa promosi pada UD. Rinings Nganjuk memperoleh kategori baik.
3. Dari hasil penelitian tersebut bisa disimpulkan bahwa dari 349 responden ada 99,7 % atau sebanyak 348 responden menyatakan bahwa keputusan pembelian produk bagori pada UD. Rinings Nganjuk mendapat kategori baik.
4. Berdasarkan hasil uji korelasi diketahui nilai pearson sebesar 0,683 dan diperoleh nilai signifikan 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai korelasi pearson berada antara 0,610-0,800. Sehingga diperoleh hubungan antara produk dengan keputusan pembelian adalah kuat. Kemudian diperoleh bahwa t_{hitung} pada variabel produk sebesar 17,153. Dari hasil tersebut maka disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $17,153 > 1,967$ berarti dapat disimpulkan pada penelitian ini ada pengaruh antara variabel produk terhadap keputusan pembelian produk bagori pada UD. Rinings Nganjuk.
5. Berdasarkan uji korelasi diperoleh nilai pearson sebesar 0,585 dan nilai signifikan 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai korelasi pearson berada antara 0,41-0,60. Sehingga diperoleh hubungan antara promosi dengan keputusan pembelian adalah sedang. Selanjutnya

diperoleh t_{hitung} pada variabel promosi sebesar 9,587. Dari hasil tersebut maka disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $9,587 > 1,967$ berarti H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Artinya pada penelitian ini variabel promosi secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk bagori pada UD. Rinings Nganjuk.

6. Dalam perhitungan diketahui bahwa nilai signifikansi F *Change* sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hasil uji diperoleh nilai R sebesar 0,761 artinya variabel produk dan variabel promosi secara bersama-sama mempunyai hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian produk bagori pada UD. Rinings Nganjuk. Dari hasil uji regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi $Y = 6,504 + 0,577 X_1 + 0,407 X_2$. Pada uji F diperoleh hasil $F_{hitung} 237,738 > F_{tabel} 3,04$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dari hasil tersebut H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak. Artinya, dalam penelitian ini terdapat pengaruh antara variabel produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk bagori pada UD. Rinings Nganjuk. Hasil uji determinasi diperoleh koefisien determinasi atau *Rsquare* yaitu 0,579 yang memiliki arti bahwa variabel produk dan variabel promosi memiliki pengaruh sebesar 57,9% terhadap keputusan pembelian produk bagori pada UD. Rinings Nganjuk, dan untuk sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini yakni lokasi dan harga.

B. Saran

Dari hasil penelitian ini maka peneliti ingin memberikan saran atau masukan agar dijadikan untuk evaluasi perusahaan ataupun peneliti selanjutnya, yakni :

1. Bagi UD. Rinings Nganjuk

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada UD. Rinings Nganjuk bahwa produk dan promosi mempunyai kategori baik dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk bagori. Maka peneliti mengharapkan agar UD. Rinings Nganjuk minimal bisa mempertahankan produk dan promosi yang sudah dijalankan. Agar

pembeli tetap membeli produk yang ditawarkan oleh UD. Rinings Nganjuk.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi pembelian karena kontribusi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 57,9%. Hal ini berarti masih terdapat variabel lain yang mungkin akan mempengaruhi keputusan pembelian seperti faktor lokasi dan harga. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan mengambil sampel yang lebih beragam agar menghasilkan penelitian yang lebih baik.