

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Merujuk pada hasil analisis data beserta pembahasan, didapatkan simpulan dalam penelitian ini antara lain:

1. Variabel kualitas produk (X1) memberikan pengaruh pada keputusan pembelian (Y) produk *whitening* Ms Glow pada Mahasiswa FEBI IAIN Kediri tahun 2020. Hal ini dibuktikan dengan t hitung senilai 3,638, dimana t hitung > dari t tabel 1,990 dan Sig senilai  $0,000 < 0,05$ . Hipotesis pada penelitian ini  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
2. Variabel harga (X2) berpengaruh pada keputusan pembelian (Y) produk *whitening* Ms Glow terhadap Mahasiswa FEBI IAIN Kediri tahun 2020. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 5,620, dimana t hitung > dari t tabel 1,990 dan nilai Sig untuk sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hipotesis pada penelitian yang dilakukan yaitu  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
3. Variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) memiliki pengaruh pada keputusan pembelian (Y) produk *whitening* Ms Glow terhadap Mahasiswa FEBI IAIN Kediri tahun 2020. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar  $66,027 > 3,11$  dimana F hitung > dan nilai Sig untuk sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka hipotesis dalam penelitian ini  $H_3$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

## B. Saran

Mengacu pada temuan yang didapat, peneliti memiliki saran antara lain:

### 1. Bagi Ms Glow

Sesuai dengan temuan penelitian telah membuktikan harga dan kualitas produk mampu memberi pengaruh pada keputusan pembelian. Maka peneliti berharap bahwa pihak Ms Glow tetap menjaga kualitas produknya dengan harga yang sesuai dengan kalangan yang dituju. Adanya kualitas pada produk dan tingkat harga sesuai dengan produknya, maka konsumen Ms Glow dapat meningkat.

### 2. Bagi Peneliti Berikutnya

Nabhan dan Kresnaini yang dikutip oleh Nova Dhita Kurniasari mengemukakan konsumennya yang memiliki kecocokan pada produk sehingga produknya bisa memenuhi apa yang dibutuhkan, sehingga konsumen membelinya.<sup>75</sup> Dan harga bisa memberi pengaruh pada keputusan pembelian jika terjangkau, bersesuaian pada kualitas, serta manfaat yang dihasilkan.<sup>76</sup> Perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, peneliti selanjutnya disarankan melakukan penelitian lebih lanjut tentang berbagai faktor lainnya yang memberikan pengaruh pada keputusan pembelian misalnya: kualitas layanan, *promotion*, *advertising* dan lainnya. Hal tersebut bertujuan untuk

---

<sup>75</sup> Nova Dhita Kurniasari, "*Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian*", Skripsi Sarjana Ekonomi, (Semarang:Perpustakaan Universitas Diponegoro,2013),hal.2.

<sup>76</sup> Akbar, "*Analisis Pengaruh Harga, Brand Image, dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone atau Smartphone Samsung Jenis Android*", hal.31.

mempertahankan bahkan meningkatkan penjualan pada objek penelitian yang dilakukan.