

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Trend Fashion (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y), hasil tersebut diketahui dengan melihat perolehan dari hasil uji inner model, dan diperoleh T statistik lebih besar dari T tabel yaitu $2.406 > 1.96$ dengan nilai P-Value sebesar $(0.016 < 0.005)$. Jadi dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau terbukti.
2. Kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y), hasil tersebut diketahui dengan melihat perolehan dari hasil uji inner model, dan diperoleh T statistik lebih besar dari T tabel yaitu $2.055 > 1.96$ dengan nilai P-Value sebesar $0.040 < 0.005$. Jadi dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau terbukti.
3. Harga (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y), hasil tersebut diketahui dengan melihat perolehan dari hasil uji inner model, dan diperoleh T statistik lebih besar dari T tabel yaitu $2.406 > 1.96$ dengan nilai P-Value sebesar $0.005 = 0.005$. Jadi dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau terbukti.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan peneliti, penelitian ini masih banyak kekurangannya, sehingga masih banyak yang perlu di perbaiki dan diperhatikan lagi untuk peneliti-peneliti selanjutnya. Beberapa saran perlu ditambahkan agar peneliti lebih baik lagi yaitu ;

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan selanjutnya adar menggabungkan data kuantitatif dengan data kualitatif sehingga data yang diperoleh lebih akurat dan sesuai dengan apa yang dirasakan dan di alami oleh responden.
2. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk bisa mengidentifikasi dan mendeskripsikan lebih luas tentang responden yang digunakan dalam penelitian, karena produk hijab paris tidak hanya digunakan oleh mahasiswa manajemen Universitas Labuhanbatu namun juga di luar dari daerah Labuhanbatu.s
3. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan variabel – variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang diteliti pada penelitian ini seperti: promosi, inovasi produk dan gaya hidup agar dapat menggambarkan keputusan pembelian konsumen.