

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t hitung sebesar 3,054, sedangkan t tabel sebesar 1,998 ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$) dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.
2. Nilai Variabel harga memiliki nilai t hitung sebesar 3,157, sedangkan t tabel sebesar 1,998 ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$) dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.
3. Berdasarkan hasil analisis pada tabel ANOVA diketahui bahwa $df_1 = 2$ (jumlah variabel independen) dan $df_2 = 64$ ($n - k - 1 = 67 - 2 - 1 = 64$), sehingga diperoleh nilai F tabel sebesar $\pm 3,14$.

Berdasarkan tabel 4.9 uji simultan diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 26,817, sedangkan F tabel sebesar 3,14 sehingga $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$. Selain itu nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, yang

berarti bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

4. Hasil output SPSS model summary besarkan besarnya Adjusted R Square adalah 0,439. Hal ini berarti 43,90% variabel independent yaitu variabel kualitas pelayanan dan harga memberikan pengaruh terhadap variabel dependent yaitu keputusan pembelian konsumen, dan sisanya sebesar 56,1% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Bagi Toko Minang Dewi

Diharapkan pihak Toko Minang Dewi dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen, seperti memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan tanggap terhadap kebutuhan pelanggan. Selain itu, pihak toko juga perlu mempertimbangkan penetapan harga yang sesuai dengan kualitas produk dan daya beli konsumen agar dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi Pihak Manajemen Usaha

Pihak manajemen diharapkan dapat memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya kualitas pelayanan dan harga. Dengan memperbaiki kedua aspek tersebut secara berkelanjutan, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen serta mempertahankan loyalitas pelanggan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, seperti kualitas produk, promosi, lokasi, atau kepuasan konsumen sehingga hasil penelitian menjadi lebih luas dan mendalam