

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

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

1. Nilai t hitung untuk *price* adalah sebesar 3,556, t tabel 1,985 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. *Price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Nilai t hitung untuk *product* adalah sebesar 2,318, t tabel 1,985 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan $0,004 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. *Product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Nilai t hitung untuk *place* adalah sebesar 3,780, t tabel 1,985 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. *Place* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
4. Nilai t hitung untuk *promotion* adalah sebesar 6,562, t tabel 1,985 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. *Promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
5. Secara simultan variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent, dengan hasil penelitian F tabel

pada bahwa nilai F hitung $943,593 > 2,31$, dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$

B. Saran

1. Peningkatan keputusan pembelian konsumen

Di dalam upaya peningkatan keputusan pembelian konsumen memperhatikan bagaimana faktor yang mempengaruhi menjadi salah satu faktor utama yang harus di perhatikan.

2. Bagi alfamidi aek batu

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan kepada pihak alfamiidi aek batu dalam menyusun dan mengambil keputusan terkait dengan variabel yang diteliti.