

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

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

1. Secara parsial Nilai t hitung untuk bauran pemasaran adalah sebesar 3,825, t tabel 2,004 ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$), dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Secara parsial Nilai t hitung untuk perilaku belanja adalah sebesar 5,939, t tabel 2,004 ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$), dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Perilaku belanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Nilai F tabel pada distribusi $Df_1=k$, $df_2=n-1-k=60-1-5=54$, sehingga dapat dilihat pada tabel F yaitu kolom ke 5 pada baris ke 54 yaitu 2,38, maka berdasarkan tabel 4.12 terlihat bahwa nilai F hitung $105,978 > 2,38$, dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, ini menunjukkan bahwa secara serempak variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent.
4. Hasil output SPSS model summary besarnya Adjusted R square adalah 0,781. Hal ini berarti 78,10% variabel independent yaitu variabel bauran

pemasaran, dan perilaku belanja memberikan pengaruh terhadap variabel dependent yaitu keputusan pembelian konsumen, dan sisanya sebesar 8,00% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti yang dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian seperti kualitas, fasilitas dll

B. Saran

1. Bagi CV. Geger Production Kota pinang

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan kepada pihak CV. Geger Production dalam menyusun dan mengambil keputusan terkait dengan variabel yang diteliti.

2. Bagi Seluruh Karyawan

Penelitian ini di harapkan mampu menjadi pendorong untuk selalu berusaha meningkatkan kepuasan konsumen.

3. Bagi peneliti di masa mendatang

Bagi peneliti di masa mendatang diharapkan lebih teliti dalam melakukan penelitian, seperti memahami dengan baik isi kuesioner yang di sebarkan kepada responden, agar data yang diperoleh benar-benar menunjukkan karakteristik dari responden, dan sebisa mungkin mencegah responden menjawab secara sembarangan