

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana sajakah yang mempunyai pengaruh pada Keputusan pembelian. Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah variabel Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Tempat ( $X_3$ ), Promosi ( $X_4$ ), Orang ( $X_5$ ), Bukti Fisik ( $X_6$ ), dan Proses ( $X_7$ ), sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah Keputusan pembelian ( $Y$ ).

Berdasarkan pada penghitungan analisis rentang skala dan analisis regresi linier berganda, dapat diketahui :

1. Pengaruh secara simultan (bersama-sama) tiap variabel bebas terhadap Keputusan pembelian dilakukan dengan pengujian F-test. Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 38.804, sedangkan  $F_{tabel}$  pada taraf signifikan 0,05 menunjukkan nilai sebesar 2.046. Hal tersebut berarti  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap Keputusan pembelian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh secara bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel keputusan pembelian dapat diterima.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara individu (parsial) variabel bebas (Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Tempat ( $X_3$ ), Promosi ( $X_4$ ), Orang ( $X_5$ ), Bukti Fisik ( $X_6$ ), dan Proses ( $X_7$ )) terhadap Keputusan pembelian dilakukan dengan pengujian t-test. Hal tersebut berarti bahwa terdapat 1 variabel

yang tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu proses sedangkan sisanya berpengaruh secara signifikan.

3. Berdasarkan pada hasil uji t didapatkan bahwa variabel bentuk fisik mempunyai nilai t hitung yang paling besar. Sehingga variabel bentuk fisik mempunyai pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel yang lainnya maka variabel bentuk fisik mempunyai pengaruh yang dominan terhadap keputusan pembelian.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat baik bagi Warung Rawon Bu Yah Pandaan - Jawa Timur, maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Diharapkan pihak Warung Makan Rawon Bu Yah dapat mempertahankan serta meningkatkan kualitas produknya, karena variabel bentuk fisik mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, diantaranya yaitu dengan meningkatkan kualitas produk, pelayanan, dan melakukan promosi sehingga keputusan pembelian pada Warung Rawon Bu Yah dapat meningkat.
2. Bagi pihak-pihak lain seperti organisasi atau perusahaan, khususnya yang bergerak di bidang jasa, hendaknya memperhatikan pelaksanaan bauran pemasaran jasa, karena bauran pemasaran jasa merupakan variabel yang memiliki pengaruh cukup besar dibandingkan dengan variabel selain bauran pemasaran jasa terhadap konsumen dalam bersikap dan mengambil keputusan pembelian.

3. Mengingat bauran pemasaran jasa yang baik merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel bauran pemasaran.

