

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian dan pembahasan, untuk itu penulis bisa mengambil kesimpulan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pada variabel kualitas produk hasil penelitian yang sudah dilaksanakan, secara umum kualitas produk Toko Aneka Perabot Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal mempunyai kualitas yang baik, dengan ini dibuktikan oleh banyak responden yang menjawab setuju pada angket yang diberikan. Dengan melihat beberapa aspek seperti halnya pada fitur, kinerja, kesan kualitas dan ketahanan.
2. Dalam hasil penelitian pada variabel keputusan pembelian ditemukan tanggapan para konsumen membeli produk pada Toko Aneka Perabot Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal memang untuk kebutuhannya, dan sebelum konsumen mengambil keputusan pembelian, konsumen akan terlebih dahulu melakukan tahap dalam memilih suatu produk itu dengan melihat beberapa aspek yaitu seperti halnya mencari informasi tentang produk tersebut, mengenali masalah tentang apa saja jenis dan fitur produk yang sedang dibutuhkan oleh konsumen dan melakukan evaluasi alternatif dan akan lebih mencari informasi lebih dalam lagi sampai konsumen merasa sudah cukup dalam mencari dan akhirnya mengambil keputusan pembelian.
3. Hasil uji regresi diolah menggunakan komputer program SPSS diperoleh suatu persamaan yaitu Kualitas produk merupakan sesuatu yang dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Untuk uji-t diperoleh  $t_{hitung}$  3,495. Hasil ini menunjukkan

bahwa kualitas produk berdampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian, dengan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Dengan kata lain 3,495 kurang dari 1,668 atau 3,495 lebih dari 1,668. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis pertama “kualitas produk berpengaruh langsung secara parsial terhadap keputusan pembelian” telah dibuktikan dengan sukses oleh penelitian ini sebesar sebesar  $0,162 \times 100\% = 16,2\%$  sedangkan sisanya 83,8% dijelaskan oleh variabel lain. Artinya bahwa masih ada variabel independen yang mempengaruhi keputusan pembelian.

## B. Saran

Setelah dilakukan penelitian oleh peneliti pada Toko Aneka Perabot Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal, untuk itu penulis memberikan saran pada Toko Aneka Perabot.

1. Setekah diketahuinya kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Aneka Perabot Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal, dengan demikian variabel kualitas produk tersebut bisa dikembangkan dan ditingkatkan dengan sebaik mungkin oleh pihak Toko Aneka Perabot Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.
2. Bagi konsumen, peneliti berharap agar terus memperhatikan kualitas sebelum mengambil keputusan dalam pembelian, karena menurut peneliti kualitas adalah salah satu hal paling utama untuk suatu produk karena dengan kualitas yang bagus konsumen akan merasa puas dalam menggunakannya dan akan lebih menghemat keuangan, dikarenakan dengan kualitas yang tahan lama konsumen dapat memakai suatu produk itu dengan jangka waktu yang lama dan tidak sering mengganti produk yang apabila terjadi kerusakan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Angiospora, M.. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Grafindo.
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ayuniah, P. 2017. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah*. Universitas Gunadarma.
- Basith, A. & Fadhilah, F. 2018. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Pada McDonald's Di Jatiasih Bekasi. *Jurnal Penelitian Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB Kampus Dramaga Bogor* 16680.
- Buyung, S. 2016. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Tiga Roda Di Toko Lico*. Universitas Sam Ratulangi.
- Diah, E. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandal Bandung*.
- Fauzian, N. & Utari, W. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk PT. Salim Ivomas Pratama Bojonegoro.
- Gunawan, I. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hidayat, M. 2010. *An Introduction to The Sharia Economy :Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta: Zikrul Hakim.
- Inayah, N. 2019. Analisis Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Pada PT. BPRS Puduarta Insani. *Jurnal UINSU*.
- Kotler 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Amstrong 2017. *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler & Keller 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Amstrong, G. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2008. *Manajemen Pemasaran (Edisi Kedua)*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahira & Prasetyo, A. 2021. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome.
- Nugroho, A. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Radityasari, P.. 2018. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike*. Universitas Sanata Darma Yogyakarta.
- Ridwan & Sunarto 2010. *Pengantar Statistik Untuk Penelitian Pendidikan Sosial Ekonomi*. Jakarta: Alfabeta.
- Rifai, V. 2017. *Islamic Marketing Management (Mengembangkan Bisnis dan Hijrah Ke Pemasaran Islam Mengikuti Praktik Rashulullah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Robbins, S.. 1990. *Perilaku Organisasi:Konsep,Kontroversi, Aplikasi*. Edisi

- Bahasa Indonesia*. Jakarta: Prehallindo.
- Sangadji & Sopiah 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Stonner 1992. *Manajemen*. Edisi Baha ed. Jakarta: PT.Prenhallindo.
- Sugiyono 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sugiyono 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Suryani, T. 2017. *Manajemen Pemasaran Strategi Bank Di Era Global Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sutrisno, B. 2012. *Metode Statistika Untuk Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Ombak.
- Syahrman, Y. & Umiyati 2010. *Statistika Untuk Ekonomi dan Penelitian*. Palembang: Citrabooks Indonesia.
- Tjiptono 2008. *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2013. *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, F. & Diana, A. 2016. *Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijaya, T. 2009. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

