

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap keputusan konsumen pada PT Mojong Mitra Maju. Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

1. Berdasarkan hasil uji t untuk pengaruh kualitas produk terhadap keputusan konsumen memiliki $t_{hitung} (5,867) > t_{tabel} (1,676)$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan konsumen.
2. Berdasarkan hasil uji t untuk pengaruh promosi terhadap keputusan konsumen memiliki $t_{hitung} (5,197) > t_{tabel} (1,676)$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan konsumen.
3. Berdasarkan hasil uji t untuk pengaruh harga terhadap keputusan konsumen memiliki $t_{hitung} (7,088) > t_{tabel} (1,676)$ dan nilai signifikan $< 0,05$ yaitu $0,000$. Maka dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan konsumen.

B. Saran

Dari hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap keputusan konsumen, penulis menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Disarankan kepada PT Mojong Mitra Maju agar mempertahankan kualitas produk karena mampu meningkatkan keputusan konsumen.
2. Disarankan kepada PT Mojong Mitra Maju agar mempertahankan promosi yang dilakukan karena mampu meningkatkan keputusan konsumen.
3. Disarankan kepada PT Mojong Mitra Maju agar mempertahankan harga karena mampu meningkatkan keputusan konsumen.