

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan penelitian yang diajukan pada bab sebelumnya, penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y) Laptop Acer Pada Toko Aries Elektronik Kefamenanu, hal dibuktikan dengan nilai *coeficient* yang positif yaitu sebesar 0,084, dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari nilai *alpha* ($0,007 > 0,05$), dengan nilai R Square sebesar 0,306.
2. Promosi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y) Laptop Acer Pada Toko Aries Elektronik Kefamenanu. Hal ini dibuktikan dengan nilai *coeficient* yang positif sebesar 0,317, dengan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai *alpha* ($0,007 < 0,05$). Dengan nilai R Square sebesar 0,394 dengan presentase 39,4% sisanya 60,6% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.
3. Kualitas produk (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y) Laptop Acer Pada Toko Aries Elektronik Kefamenanu. Hal ini dibuktikan dengan nilai *coeficient* yang positif sebesar 0,112, dengan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai *alpha* ($0,000 < 0,05$). Dengan nilai R Square

sebesar 0,613 dengan presentase 61,3% sisanya 38,7% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

4. variabel Harga (X_1), Promosi (X_2) dan Kualitas produk (X_3) terhadap variabel Keputusan pembelian (Y) Laptop Acer Pada Toko Aries Kefamenanu. Pengujian ini menggunakan tingkat *alpha* sebesar 0,05. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($7,879 > 3,013$) maka dapat disimpulkan bahwa Harga (X_1), Promosi (X_2) dan Kualitas produk (X_3) terhadap variabel Keputusan pembelian (Y) Laptop Acer Pada Toko Aries Kefamenanu. Berdasarkan signifikansi, jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak, dan jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima. Karena signifikansi pada Uji F kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan, pembahasan dan kesimpulan yang sudah dipaparkan diatas maa penulis membuat kesimpulan yang sekiranya dapat memotivasi, maka saran dari penulis adalah :

1. Pihak Toko Aries Elektronik Kefamenanu terus menjaga harga yang ditawarkan kepada konsumen agar para konsumendapat menjangkau harga dan produk yang ditawarkan.
2. Pihan Toko Aries Elektronik Kefamenanu diharapkan agar terus kreatif lagi dalam membuat promosi dan iklan kepada para konsumen, agar bisa menarik

minat para konsumen untuk melakukan pembelian di Toko Aries Elektronik Kefamenanu.

3. Toko Aries Elektronik Kefamenanu harus terus memperhatikan kualitas dari produk yang ditawarkan agar dapat memberikan rasa yang aman dan kepercayaan kepada para konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anis Halima Amalia. 2007. *Judul Pengaruh Harga dan Biaya Promosi Terhadap volume penjualan Emas*
- Febriawan Adi Sucahya. 2014. *Judul Analisi Harga dan Promosi Terhadap volume penjualan pada Toko Olahraga Sport FIK UNY.*
- Andi Azizah Nur Fitriah. 2013. *Judul Menganalisis pengaruh Harga Jual dan Lokasi terhadap Volume penjualan telur itik di Kota Makasar.*
- Karlina Boedileksono .2007. *Judul Pengaruh Buaran Promosi Terhadap Volume Penjualan pada Intan Tunggal Kharisma.*
- Kendy. 2016. *Judul Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan pada Toko ZESE di Kota Batam.*
- Tomny wijaya, 2015 dengan judul *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Penjualan Martabat Atet.*
- Deki Kil'it. 2016. *Judul Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap volume penjualan pada Distro Popin Pangkal Pinang*
- Cornelia Durmaya Manik. 2015. *Judul pengaruh kualitas produk harga, promosi terhadap tingkat penjualan perumahan Sepon Garden.*
- Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada,2002)
- Keller, Lane Kevin dan Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008
- Sultan,Rahmayani ; *Pengaruh bauran pemasaran terhadap Keputusan pembelian produk ponsel pintar Samsung (studi kasus pada mahasiswa di kota Makasar)*
- Achidah, Nur,dkk 2016.’’ *Pengaruh promosi, Harga, dan Desain terhadap Keputusan pembelian sepeda motor Mio Gt (study Empiris pada produk Yamaha Mio GT Di Weleri -Kendal)’’.*
- Bahar, Arfiani dan Herman Sjahrudin, 2015. “ *Pengaruh Kualitas produk dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang “ Jurnal organisasi dan manajemen, Volume 3.*

- Fitrizen, Nazaruddin Aziz, 2019.”Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek AICOS Produksi PT.Bumi sarimas Indonesia “.
- Ndaru, K.D. 2009. Analisis pengaruh kualitas produk, daya Tarik, promosi dan harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen studi kasus di Star One Jakarta Pusat .Skripsi (diakses pada 03 Desember 2021).
- Yulianto, Bayu dan Khuzaini 2013. “ Pengaruh Produk, Harga, Promosi Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Membeli Sepeda Motor Kawasaki”. Jurnal ilmu dan Riset manajemen, volume 1, nomor 1 (hlm 25-46)
- Susanti, Febsri dan Ade Candra Gunawan, (2009). Pengaruh Bauran Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Komestik Maybelline di kota Padang.
- Zulaicha, Santri dan Rusda Irawati, 2016. “ Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam “.
- Made, N.B. 2013. Pengaruh Persepsi tentang promosi terhadap Keputusan pembelian konsumen pada sepeda motor Yamaha di Surabaya.
- Mandey, Jilly Bernadette. “ Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild