

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian dan pembahasan telah menjawab rumusan masalah. Dalam penelitian ini berhasil membuktikan bahwa memang terdapat pengaruh yang signifikan variabel harga dan kepuasan konsumen baik secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Warung Mas Udin di kota Kefamenanu Kabupaten Timor Tengah Utara. Maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil Analisis regresi linear sederhana harga (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) pada pada warung Mas Udin. Hal ini membuktikan dari besarnya nilai koefisien korelasi (R) variabel harga (X_1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,816 dan (R^2) sebesar 0.666 yang ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 10,764 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 2,021 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari alpha 0,05.
2. Hasil analisis regresi linear sederhana kepuasan konsumen (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada warung Mas Udin kefamenanu. Hal ini membuktikan dari besarnya nilai koefisien korelasi (R) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) terhadap variabel sebesar 0,657 dan (R^2) sebesar 0.431 yang ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 10,764 lebih besar dari t_{table} sebesar 2,021 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari alpha 0,05.

3. Hasil Analisis regresi linear berganda harga (X_1) dan kepuasan konsumen (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada warung Mas Udin Kefamenanu. Hal ini membuktikan dari besarnya nilai koefisien korelasi (R) yang diperoleh adalah sebesar 0,825 dan (R^2) sebesar 0,680 yang ditunjukkan dengan nilai f_{hitung} sebesar 60,599 lebih besar dari f_{table} sebesar 3,16 dengan tingkat α 0,000 lebih kecil dari alpha 0,05.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pemilik warung harus terus menjaga mutu kualitas serta harga yang bersahabat dengan konsumen sehingga para konsumen loyal dan tetap mempertahankan kualitas menu yang ada pada Warung Mas Udin.
2. Pemilik warung harus memperhatikan penampilan karyawan agar rapi dan sopan, memiliki daya tanggap, serta memahami kebutuhan konsumen sehingga konsumen tetap merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh warung Mas Udin dan pada akhirnya membuat konsumen secara berkelanjutan dan merekomendasikan kepada keluarga, sahabat dan kerabat yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abshor, M. U. (2018). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Torabika Duo (Studi Kasus di Area Kabupaten Demak). *Journal of Management*, 4(4).
- Apriyani, D. A., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen the Little a Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2), 1-7.
- Bujung, T. K. K. G. (2020). Pengaruh Suasana Toko Dan Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Tekstil Kawangkoan. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4).
- Dewiva, R., & Thabrani, G. (2016). Pengaruh Harga dan Perceived Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Netbook Acer Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Praktik Bisnis*, 4(1).
- Ferdinand, A. (2014). *Structural Equational Modeling* dalam Penelitian Manajemen. Semarang:BP Undip.
- Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Hamdani, M., & Sutrisna, E. (2017). *Pengaruh kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Lbpp Lia Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Hidayat, A., Suwarsito, S., & Herawati, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Akrab Juara*, 4(2), 105-115.

- Indyanti, J. A., & Zulaikha, Z. (2017). *Assurance Laporan Keberlanjutan: Determinan dan Konsekuensinya terhadap Nilai Perusahaan* (Doctoral dissertation, Diponegoro University).
- Isfahila, A., & Fatimah, F. (2018). Pengaruh Harga, Desain, Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2).
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Vol. Terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1).
- Machfoedz, M. (2013). *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Pemasaran YPKPN.
- Mahanani, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall. Com. *Journal Ikhraith Humaniora*, 2(1), 53-61.
- Muiszudin, A., & Sista, O. (2017). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Di PT. Arwana Internusa Tour Pontianak. *JURNAL MANAJEMEN MOTIVASI*. <https://doi.org/10.29406/jmm.v12i1>, 432.
- Ningrum, C. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Dispanser Air Advance Terhadap Kepuasan Konsumen Pt*

- Semangat Sejahtera Bersama Surabaya* (Doctoral dissertation, Untag Surabaya).
- Nugroho, E. P. (2011). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer (Studi Kasus Mahasiswa Unnes Fakultas Ekonomi)* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang).
- Rosmaniar, A. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Thrift Store Di Instagram. *Digital Economic, Management And Accounting Knowledge Development (DEMANd)*, 2(1), 1-10.
- Saputra, R. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Harga, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Re-Store (Studi pada konsumen Re-Store Sidoarjo) (Doctoral dissertation, STIE Malangkececwara).
- Seran Sirilus (2012). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi: Gita Kasih*. Kupang
- Sibarani, (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, dan Competitive Advantage terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sejahtera Motor Gemilang Medan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 326-334.
- Simanjuntak, D. C. Y., & Johanes, T. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan

Pembelian Baja Pada Pt Suminsuryamesindolestari. *E Jurnal Manajemen Universitas Udayana.*

Sugiyono (2000). *Statistiks untuk penelitian*: CV. Afabeta. Bandung

Sugiyono, (2013). *Metode Penelitian Manajemen*: CV. Afabeta. Bandung

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi 3*: Andi. Yogyakarta

Wijaya, E. M., & Ratnawati, I. (2011). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen, Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Waterpark Semawis Semarang)* (Doctoral dissertation, Universitas DipSSonegor