

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Distribusi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Naomi Buah Segar maka dapat diperoleh kesimpulan dari hasil analisis data sebagai berikut :

1. Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Naomi Buah Segar. Ini berarti variabel kualitas produk secara statistik berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan akan meningkatkan keyakinan pelanggan untuk membeli di Naomi Buah Segar.
2. Harga (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Naomi Buah Segar. Ini berarti variabel kualitas produk secara statistik berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa semakin baik Harga yang diberikan akan meningkatkan keyakinan pelanggan untuk membeli di Naomi Buah Segar.
3. Distribusi (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Naomi Buah Segar. Ini berarti variabel distribusi secara statistik berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa semakin baik distribusi yang diberikan akan meningkatkan keyakinan pelanggan untuk membeli di Naomi Buah Segar.
4. Promosi (X4) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Naomi Buah Segar. Ini berarti variabel promosi secara statistik berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa semakin baik promosi yang diberikan akan meningkatkan keyakinan pelanggan untuk membeli di Naomi Buah Segar.

5.2. Saran

5.2.1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan analisis data mengenai “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Distribusi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Naomi Buah Segar”, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan agar perusahaan mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, harga, distribusi dan promosi yang diberikan kepada konsumen agar keputusan pembelian meningkat.
2. Bagi pengusaha/calon pengusaha sebaiknya dalam menjalankan atau membuka suatu usaha yang paling pertama di perhatikan yaitu kualitas produk, harga, distribusi dan promosi karena pada keputusan pembelian merupakan simbol sekaligus jaminan mutu bagi konsumen.

5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya dapat dilakukan penelitian dengan variabel bebas lain, sehingga variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian dapat teridentifikasi lebih banyak lagi
2. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian di lokasi penelitian yang berbeda dengan tujuan agar dapat diperoleh suatu hasil yang berbeda dan lebih luas dalam meneliti suatu produk, harga, distribusi dan promosi untuk dikaji.
3. Penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian pada kualitas produk, harga, distribusi dan promosi yang berkaitan langsung pada keputusan pembelian.