

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

1. Variabel kualitas produk (X_1) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($5,526 > 1,993$).
2. Variabel harga (X_2) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($3,1976 > 1,993$).
3. Variabel promosi (X_3) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($23,136 > 1,993$).
4. Variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan promosi (X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini dapat diketahui F hitung $>$ F tabel ($1509,184 > 2,73$).

B. SARAN

Saran-saran yang dapat penulis berikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk toko rizquna sebaiknya meningkatkan pelayanan baik dari sisi kualitas produk, harga, dan promosi. Dikarenakan pada saat pandemi corona banyak toko-toko sejenis yang beralih transaksi ke marketing online, sehingga bisa menjadi alternative kedepan dalam menjual produknya melalui media online.
2. Bagi para peneliti selanjutnya yang akan mengkaji lebih dalam tentang penelitian yang sama diharapkan untuk menambahkan variabel-variabel lain yang tidak diteliti untuk menemukan hasil yang lebih maksimal.