

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada dasarnya banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Namun demikian, setiap konsumen memiliki perbedaan dalam pengambilan keputusan, sehingga faktor-faktor tersebut akan berbeda pada setiap konsumen saat melakukan keputusan pembelian. Sebagaimana hasil penelitian ini, berdasarkan pembahasan dan analisis data yang dilakukan, dapat disimpulkan:

1. Dari hasil analisis yang dilakukan mendapatkan pemahaman bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Fibe Mini di Mall AEON BSD yang berarti jika Kualitas Produk meningkat, maka Keputusan Pembelian Pada Produk Fibe Mini di Mall AEON BSD juga semakin meningkat. Hal ini menandakan dengan H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Fibe Mini.
2. Dari hasil analisis yang dilakukan mendapatkan pemahaman bahwa Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Fibe Mini di Mall AEON BSD yang berarti jika Persepsi Harga meningkat, maka Keputusan Pembelian Pada Produk Fibe Mini di Mall AEON BSD juga semakin meningkat. Hal ini menandakan dengan H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya variabel Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Fibe Mini.
3. Dari hasil analisis yang dilakukan mendapatkan pemahaman bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Fibe Mini di Mall AEON BSD yang berarti jika Promosi meningkat, maka Keputusan Pembelian Pada Produk Fibe Mini di Mall AEON BSD juga semakin meningkat. Hal ini menandakan dengan H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya variabel Promosi

berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Fibe Mini.

B. Saran

Berdasarkan hasil pada penelitian ini maka peneliti memberikan saran untuk perubahan antara lain sebagai berikut:

1. Mengenai Kualitas Produk diketahui kontribusinya yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fibe Mini Di Mall AEON BSD. Hal ini terlihat pada desain Fibe Mini yang sudah cukup praktis, maka perlu dipertahankan dan lebih ditingkatkan agar dapat terus meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Fibe Mini Di Mall AEON BSD, terutama dengan lebih memperhatikan kelengkapan kandungan Fibe Mini agar kandungan dalam Fibe Mini tidak tercemar dan calon konsumen dapat lebih cepat mengambil keputusan pembelian Produk Fibe Mini.
2. Mengenai Persepsi Harga diketahui kontribusinya yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fibe Mini Di Mall AEON BSD. Hal ini terlihat pada harga yang ditawarkan Fibe Mini sangat terjangkau, maka perlu dipertahankan dan lebih ditingkatkan agar dapat terus meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Fibe Mini Di Mall AEON BSD, terutama dengan lebih memperhatikan kestabilan harga dibandingkan produk kompetitor lainnya agar calon konsumen dapat lebih cepat mengambil keputusan pembelian Produk Fibe Mini.
3. Mengenai Promosi diketahui kontribusinya yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fibe Mini Di Mall AEON BSD. Hal ini terlihat pada Promosi yang sudah cukup efektif dan inovatif karena dapat menjual banyak produk dengan waktu singkat, maka perlu dipertahankan dan lebih ditingkatkan agar dapat terus meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Fibe Mini Di Mall AEON BSD, terutama dengan promosinya melalui tenaga kerja langsung atau SPG/SPB (*Sales Promotion Girl/Sales Promotion Boy*) agar calon konsumen dapat lebih cepat mengambil keputusan pembelian Produk Fibe Mini.

