

BAB V

PENUTUP

A Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana sajakah yang mempunyai pengaruh pada Struktur Keputusan pembelian. Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah variabel Merek (X_1) Kemasan (X_2), Kualitas (X_3), dan Harga (X_4) sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah Struktur Keputusan pembelian (Y).

Berdasarkan pada penghitungan analisis regresi linier berganda, dapat diketahui :

1. Uji Simultan Variabel bebas Atribut Produk Merek (X_1) Kemasan (X_2), Kualitas (X_3), dan Harga (X_4) terhadap Struktur Keputusan Pembelian (Y) dilakukan dengan pengujian F-test. Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 33,981 , sedangkan F_{tabel} pada taraf signifikan 0,05 menunjukkan nilai sebesar 2,453. Hal tersebut berarti F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel bebas Atribut Produk Merek (X_1) Kemasan (X_2), Kualitas (X_3), dan Harga (X_4) mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap Struktur Keputusan Pembelian (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh secara bersama-sama (simultan) variabel bebas Atribut Produk Merek (X_1) Kemasan (X_2), Kualitas (X_3), dan Harga (X_4) terhadap variabel Struktur Keputusan Pembelian (Y) dapat diterima.

2. Untuk mengetahui pengaruh secara individu (parsial) variabel bebas Atribut Produk Merek (X_1), Kemasan (X_2), Kualitas (X_3), dan Harga (X_4) terhadap Struktur Keputusan Pembelian (Y) dilakukan dengan pengujian t-test. Berdasarkan pada hasil uji t didapatkan bahwa terdapat tiga variabel yang mempunyai pengaruh signifikan Struktur Keputusan Pembelian (Y) yaitu Merek (X_1), Kualitas (X_3), dan Harga (X_4), sedangkan Kemasan (X_2) mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap Struktur Keputusan Pembelian (Y).
3. Berdasarkan pada hasil uji t didapatkan bahwa variabel Kualitas (X_3) mempunyai nilai koefisien regresi B dan nilai t hitung yang paling besar dari variabel bebas lainnya yaitu 0,342 dan nilai t hitung 5,525 (sig 0,000 < α 0,05). Sehingga variabel Kualitas (X_3) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap Struktur Keputusan Pembelian (Y).

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain.

Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan pelayanan terhadap Kualitas (X_3), karena variabel Kualitas (X_3) mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi Struktur Keputusan Pembelian (Y).
2. Mengingat variabel bebas Merek (X_1), Kemasan (X_2), Kualitas (X_3), dan Harga (X_4) merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi Struktur Keputusan Pembelian (Y) diharapkan hasil penelitian ini dapat

dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

