

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Bauran Pemasaran yang meliputi Produk , Harga , Promosi dan Distribusi berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek INK (studi pada mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur Surabaya. Dengan demikian hipotesis satu yang berbunyi “Diduga Variabel Produk , Harga , Promosi dan Distribusi secara simultan mempunyai Pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek INK” adalah terbukti kebenarannya. Hal ini dibuktikan dari hasil Uji F yang menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 3.568 dan dengan probabilitas kesalahan model yang diuji adalah 0.000 yang berarti probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05.

Variabel Bauran Pemasaran yang meliputi Produk , Harga , Promosi dan Distribusi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek INK (studi pada mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur Surabaya. Dengan demikian hipotesis kedua yang berbunyi “Diduga Variabel Produk , Harga , Promosi dan Distribusi secara parsial mempunyai Pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek INK” adalah terbukti kebenarannya. Hal ini dibuktikan dari hasil Uji t yang menunjukkan bahwa nilai $\alpha = 0.05 / 2 = 0.025$ dengan $df (n - k - 1) = 95$ dimana t_{tabel}

1.9852 , sehingga didapatkan hasil untuk Variabel Produk (X_1) dengan nilai t_{hitung} sebesar 2.443 , untuk Variabel Harga (X_2) dengan nilai t_{hitung} sebesar 2.079 , untuk Variabel Promosi (X_3) dengan nilai t_{hitung} sebesar 2.063 dan untuk Variabel Distribusi (X_4) dengan nilai t_{hitung} sebesar 2.162. Dengan demikian t_{hitung} yang didapatkan oleh masing-masing Variabel lebih besar dari t_{tabel} .

2. Variabel Bauran Pemasaran yang meliputi Produk , Harga , Promosi dan Distribusi memiliki faktor dominan terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek INK (studi pada mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur Surabaya. Dengan demikian hipotesis ketiga yang berbunyi “Diduga terdapat Faktor Dominan dari Variabel Produk , Harga , Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek INK” adalah terbukti kebenarannya. Hal ini dibuktikan dari hasil nilai beta terbesar adalah Variabel Produk (X_1) sebesar 0.404 dengan nilai persentase pengaruh sebesar 4.04 % , artinya Variabel Produk (X_1) memberikan pengaruh yang dominan terhadap Keputusan Pembelian karena dari produk Helm INK sendiri sudah memiliki kualitas produk yang bagus dan nyaman digunakan untuk mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur Surabaya.

5.2 Saran

Dari kesimpulan penelitian maka saran yang dapat penulis berikan berkaitan dengan penelitian ini bagi PT. Tara Kusuma Indah (Helm INK) tetap mempertahankan faktor kualitas produk dan proses distribusi barang serta

meningkatkan proses promosi untuk Helm Merek INK melalui media elektronik atau media cetak agar konsumen lebih tertarik untuk membeli dan menggunakan Helm Merek INK dan memberikan harga yang cukup terjangkau agar konsumen tidak keberatan dalam membeli Helm Merek INK.