

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan PLS untuk menguji pengaruh variabel terhadap Keputusan Pembelian maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Produk dinilai meningkatkan nilai variabel Keputusan Pembelian produk New Holland Donuts Tuban. Semakin tinggi Kualitas Produk yang diberikan oleh konsumen maka semakin tinggi pula tingkat Keputusan Pembelian pada New Holland Donuts Tuban.
2. Variabel Persepsi Harga dinilai meningkatkan nilai variabel Keputusan Pembelian produk New Holland Donuts Tuban. Semakin baik Persepsi Harga yang diberikan oleh konsumen maka semakin tinggi pula tingkat Keputusan Pembelian pada New Holland Donuts Tuban.

5.2 Saran

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan antara lain:

1. Kualitas Produk sangatlah berdampak penting dalam mengambil Keputusan Pembelian New Holland Donuts Tuban. Jadi untuk New Holland Donuts Tuban supaya memberikan kualitas produk yang baik

dengan beberapa metode kualitas produk yaitu dengan memakai bahan yang tidak berpengawet sehingga konsumen merasakan kepuasan dalam membeli produk dengan kualitas yang baik dan juga bagus untuk produk New Holland Donuts Tuban dan bisa meningkatkan penjualan di tahun berikutnya.

2. Persepsi Harga yang diberikan oleh New Holland Donuts Tuban sudah cukup baik dan mendapat respon positif dari konsumen. Untuk selanjutnya New Holland Donuts Tuban dapat meningkatkan dan mengoptimalkan Persepsi Harga yang diciptakan oleh New Holland Donuts Tuban. Jadi, calon konsumen dapat beranggapan bahwa harga yang diciptakan sudah cukup baik pada benak konsumen yang diciptakan New Holland Donuts Tuban. Dengan begitu New Holland Donuts Tuban dapat mempengaruhi calon konsumen untuk melakukan pembelian dengan persepsi harga yang baik dan dapat meningkatkan penjualan pada New Holland Donuts Tuban.