

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Bersumber pada hasil serta pembahasan penelitian yang sudah dilaksanakan lewat tahapan pengumpulan data, pengolahan data, sampai analisis data terkait pengaruh keragaman produk, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Mr.DIY Tunjungan Plaza Surabaya didapatkan simpulan, yakni :

1. Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yakni sejumlah $64,281 > 2,70$ serta nilai signifikansinya $< 0,05$ yakni $0,001 < 0,05$. Oleh karena itu, diambil kesimpulan bahwa H_1 diterima, yang menunjukkan keragaman produk, kualitas produk serta kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Mr.DIY Tunjungan Plaza Surabaya.
2. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sejumlah $2,007 > 1,984$ serta nilai signifikansinya $< 0,05$ yakni $0,048 < 0,05$ maka H_2 diterima. Artinya, variabel keragaman produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di Mr.DIY Tunjungan Plaza Surabaya.
3. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sejumlah $2,926 > 1,984$ dengan nilai signifikansi sejumlah $0,004 < 0,05$ maka H_3 diterima. Artinya, variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di Mr.DIY Tunjungan Plaza Surabaya.
4. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sejumlah $5,638 > 1,984$ dengan nilai signifikansi sejumlah $0,001 < 0,05$ maka H_4 diterima. Artinya, variabel kualitas layanan

berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di Mr.DIY Tunjungan Plaza Surabaya.

5.2 Saran

Bersumber dari riset yang dilakukan secara keseluruhan yang diperoleh, terdapat saran dari peneliti yakni:

a. Bagi Pelaku Bisnis

Pelaku bisnis disarankan untuk terus mengembangkan dan memperluas keragaman produk yang ditawarkan, dengan melaksanakan riset pasar buat pahami preferensi dan kebutuhan konsumen agar produk yang disediakan lebih relevan dan menarik. Selain itu, penting bagi mereka untuk pastikan jika produk yang ditawarkan mempunyai kualitas yang tinggi, sehingga investasi dalam pengendalian kualitas dan inovasi produk dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong keputusan pembelian yang positif. Pelaku bisnis juga harus memberikan perhatian khusus pada kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen. Telah terbukti pada penelitian ini ketiga faktor tersebut memberikan kontribusi pada perusahaan dalam meningkatkan penjualan.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk mempertimbangkan variabel tambahan yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian selain keragaman produk, kualitas produk, serta kualitas layanan, seperti faktor psikologis, sosial, atau budaya, guna mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif. Penelitian lebih lanjut juga dapat dilakukan di berbagai sektor industri untuk membandingkan pengaruh

keragaman produk, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap keputusan berbelanja, agar supaya dapat berkontribusi pada pengembangan wawasan tentang dinamika pasar.