

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang sesuai tujuan hipotesis dengan menggunakan regresi linier berganda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari pengujian kecocokan model dengan menggunakan uji F dengan hasil F hitung =  $20,377 > F$  tabel =  $2,47$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dinyatakan bahwa secara simultan variabel Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ) dan Lokasi ( $X_4$ ) secara bersama berpengaruh nyata terhadap Keputusan Pembelian produk finger print di Fingerspot Indonesia (Y) sebagai variabel terikat.
2. Dari pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t diperoleh t-hitung sebesar  $3,391 > t$ -tabel sebesar  $1,986$   $H_0$  ditolak, pada level signifikan 5 %, dinyatakan bahwa secara parsial variabel Produk ( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk finger print di Fingerspot Indonesia (Y).
3. Dari pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t diperoleh t-hitung sebesar  $2,844 > t$  tabel sebesar  $1,986$   $H_0$  ditolak, pada level signifikan 5 %, dinyatakan bahwa secara parsial variabel Harga ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk finger print di Fingerspot Indonesia (Y).
4. Dari pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t diperoleh t-hitung sebesar  $2,378 > t$  tabel sebesar  $1,986$  maka  $H_0$  ditolak, pada level signifikan 5 %, dinyatakan bahwa secara parsial variabel Lokasi ( $X_3$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk finger print di Fingerspot Indonesia (Y).

5. Dari pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t diperoleh t-hitung sebesar -0,761 < t tabel sebesar 1,986 maka  $H_0$  diterima, pada level signifikan 5 %, dinyatakan bahwa secara parsial variabel Promosi ( $X_4$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk finger print di Fingerspot Indonesia (Y).

## **5.2. Saran**

1. Penelitian ini hanya sampai pada tahap Keputusan Pembelian. Disarankan untuk penelitian yang akan datang meneliti hingga tahap loyalitas Pembelian.
2. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk mengambil sampel yang lebih banyak daripada sampel dalam penelitian ini. Dengan demikian penelitian lanjutan tersebut dapat semakin memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.