

BAB IV

PENUTUP

Setelah dilakukan pengolahan data dan analisis secara bertahap pada variabel harga, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian, maka berikut merupakan kesimpulan dan saran yang diperoleh dari penelitian ini:

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Harga yang ada pada Store Hardware Paragon Semarang berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dari jumlah responden sebanyak 100 orang, mayoritas responden yaitu sebesar 63% responden berpendapat bahwa harga yang ditawarkan Hardware Paragon cenderung murah , artinya harga yang ditawarkan Hardware Paragon telah sesuai dengan keterjangkauan harga yang ada , harga yang ditawarkan telah sesuai dengan manfaat yang diperoleh, harga yang ditawarkan sesuai dengan perbandingan harga dengan store yang lain. Namun demikian masih terdapat responden menyatakan bahwa harga produk dari Hardware Paragon cukup murah yaitu sejumlah 18% responden dan 19% responden berpendapat harga produk di Hardware Semarang mahal dikarenakan harga yang ditawarkan sama dan bahkan lebih mahal dibanding pesaing,
2. Kualitas pelayanan pada Hardware Paragon Semarang berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa dari jumlah responden 100 orang,

mayoritas responden yaitu sebesar 83% responden berpendapat bahwa kualitas pelayanan Hardware Paragon baik dan sebesar 3% responden menyatakan sangat baik, artinya penampilan karyawan Hardware Paragon rapi, karyawan Hardware Paragon dapat melayani konsumen secara cepat dan tepat, karyawan dapat berkomunikasi dengan baik, store dalam keadaan bersih, serta keramahan karyawan. Namun demikian masih terdapat 15% responden beranggapan bahwa kualitas pelayanan Hardware Paragon cukup baik, dikarenakan ketelitian karyawan cukup baik, karyawan bersikap cukup ramah dalam melayani konsumen untuk menunjang pelayanan.

3. Keputusan pembelian Hypermart Paragon berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa dari jumlah responden 100 orang, mayoritas responden yaitu sebesar 39% responden cukup kuat untuk memutuskan pembelian dan 3% responden lemah dalam memutuskan pembelian, artinya responden cukup setuju untuk menjadikan Hardware Paragon sebagai prioritas tempat berbelanja, responden cukup pertimbangan sebelum melakukan belanja, responden cukup aktif mencari informasi produk di Hardware. Namun demikian terdapat 51% responden yang memiliki keputusan yang kuat dalam pembelian dan 7% responden sangat kuat, dimana responden merasa yakin untuk berbelanja di Hardware.
4. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian berdasarkan hasil penelitian terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan yang

dibuktikan dengan nilai t hitung (2.689) $>$ t tabel ($1,6606$) dengan demikian H_0 ditolak. Sedangkan pengaruh positif dibuktikan dengan tanda positif pada koefisien regresinya. Artinya apabila semakin murah harga yang ditawarkan maka keputusan pembelian konsumen akan semakin kuat. Sebaliknya apabila harga yang ditawarkan semakin mahal maka keputusan pembelian konsumen akan lemah. Disamping itu, harga memiliki sumbangan pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian, ditunjukkan dengan nilai hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar $16,9\%$. Artinya kontribusi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sebesar $16,9\%$, sedangkan sisanya $83,1\%$ dipengaruhi oleh faktor lain selain harga.

5. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian berdasarkan hasil penelitian terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan yang dibuktikan dengan nilai t hitung (6.923) $>$ t tabel ($1,6606$) dengan demikian H_0 ditolak. Sedangkan pengaruh positif dibuktikan dengan tanda positif pada koefisien regresinya. Artinya apabila kualitas pelayanan yang diberikan baik maka keputusan pembelian yang dimiliki konsumen kuat. Sebaliknya apabila kualitas pelayanan yang diberikan buruk maka keputusan pembelian yang dimiliki konsumen cenderung lemah. Disamping itu, kualitas pelayanan memiliki sumbangan pengaruh yang besar terhadap kinerja, ditunjukkan dengan nilai hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar $32,8\%$. Artinya kontribusi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kinerja karyawan sebesar $32,8\%$ sedangkan

sisanya 67,2% dipengaruhi oleh faktor lain selain kualitas pelayanan. Sehingga dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki sumbangan pengaruh terhadap keputusan pembelian lebih besar dibandingkan harga.

6. Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian berdasarkan hasil penelitian terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan yang dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar (24,353) > dari F tabel sebesar (3,090) dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga secara bersama-sama terdapat pengaruh positif antara harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y). Artinya apabila jika harga yang ditawarkan murah dan kualitas pelayanan yang ada di Hardware baik maka keputusan pembelian konsumen akan kuat. Sebaliknya jika harga yang ditawarkan mahal dan kualitas pelayanan yang ada di Hardware buruk maka keputusan pembelian konsumen di Hardware akan lemah. Disamping itu, harga dan kualitas pelayanan memiliki sumbangan pengaruh yang kecil terhadap keputusan pembelian, ditunjukkan dengan nilai hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 33,4%. Artinya kontribusi pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebesar 33,4% sedangkan sisanya 66,6% dipengaruhi oleh faktor lain selain harga dan kualitas pelayanan.

4.2 Saran

Dari kesimpulan diatas, dapat disimpulkan beberapa saran yang dapat bermanfaat dan berguna sebagai bahan pertimbangan Hypermart Paragon Semarang diwaktu yang akan datang yaitu sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang cukup kecil terhadap keputusan pembelian, dimana kontribusi pengaruh yang diberikan yaitu sebesar 16,9% . Oleh karena itu apabila perusahaan ingin meningkatkan keputusan pembelian konsumen maka hal-hal yang perlu dilakukan terkait dengan harga yang paling utama sebaiknya perusahaan melakukan pemantauan dan mempertimbangkan kembali penetapan harga produk yang ada dikarenakan jika dibandingkan ritel pesaing, harga yang ditetapkan Hardware sama saja bahkan ada beberapa produk yang lebih mahal.
2. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan pembelian, dimana kontribusi pengaruh yang diberikan yaitu sebesar 32,8% . Oleh karena itu apabila perusahaan ingin meningkatkan keputusan pembelian konsumen maka hal-hal yang perlu dilakukan terkait dengan kualitas pelayanan yang paling utama sebaiknya perusahaan melakukan pelatihan secara rutin bagi karyawan sehingga dapat meningkatkan kemampuan dalam berkomunikasi dengan baik dengan konsumen, lebih memperhatikan ketelitian karyawan agar konsumen pada saat membeli tidak terjadi kesalahan, lebih memperhtaikan keramahan karyawan terhadap konsumen, dan kebersihan yang ada pada store sehingga dapat lebih enak dipandang pada konsumen.