

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan terhadap keputusan pembelian produk susu formula SGM di Jakarta Timur berdasarkan brand image dan inovasi produk, maka kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) secara keseluruhan/simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), hal ini dibuktikan dengan Uji F sebesar $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($24,025 > 3,09$). Adapun rumus persamaan regresi $Y = 20,398 + 0,369 X_1 + 1,068 X_2$ dari persamaan tersebut diketahui bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Semakin baik nilai regresi kualitas produk dan harga maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian.
2. Variabel Kualitas Produk (X1) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).
3. Variabel Harga (X2) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang penulis dapat diberikan sebagai berikut:

1. Kualitas produk pada susu formula SGM memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Untuk itu sebaiknya kualitas susu formula SGM terus menjaga atau bahkan meningkatkan kualitas produk susu formula SGM yang diproduksi.
2. Harga pada susu formula SGM memiliki pengaruh pada susu formula SGM. Untuk itu dengan harga yang terjangkau masyarakat tertarik melakukan keputusan pembelian.
3. Sebaiknya Perusahaan susu formula SGM lebih meningkatkan kualitas serta harga susu formula, agar lebih banyak masyarakat yang membeli susu formula SGM yang nantinya dapat mempengaruhi keputusan pembelian.