

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada produk peternakan CV Karya Muda Putra, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat berdasarkan nilai original sample sebesar 0,290, nilai t statistic $3,089 > 1,96$ dan nilai P Values $0,002 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk peternakan CV Karya Muda Putra. Kualitas produk memberikan pengaruh yang tinggi kepada keputusan pembelian produk peternakan CV Karya Muda Putra. Artinya dengan kualitas produk peternakan CV Karya Muda yang baik akan mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan penjualan produk peternakan CV Karya Muda Putra. Sehingga pihak CV Karya Muda Putra perlu memprioritaskan meningkatkan kualitas produk peternakan CV Karya Muda Putra.
2. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat berdasarkan nilai original sample sebesar 0,209, nilai t statistic $2,591 > 1,96$ dan nilai P Values $0,010 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk peternakan CV Karya Muda Putra. Kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang tinggi kepada keputusan pembelian pada produk peternakan CV Karya Muda Putra. Artinya jika CV Karya Muda Putra memberikan kualitas pelayanan yang baik akan memiliki dampak positif bagi keputusan pembelian konsumen pada CV Karya Muda Putra. Sehingga peternakan CV Karya Muda Putra dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang mereka berikan pada konsumen. Hal ini akan mendorong hubungan yang baik dengan konsumen dan meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat berdasarkan dari nilai original sample sebesar 0,367, nilai t statistic $5,132 > 1,96$ dan P Values $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk peternakan CV Karya Muda Putra. Harga memberikan pengaruh yang tinggi terhadap keputusan pembelian. Artinya jika CV Karya Muda Putra menawarkan harga yang tepat dapat memiliki dampak positif pada keputusan pembelian konsumen pada produk peternakan CV Karya Muda Putra. Maka Peternakan CV Karya Muda Putra perlu menerapkan strategi penetapan harga yang efektif, seperti memperhatikan harga yang ditawarkan oleh pesaing.

4. Variabel lokasi memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat berdasarkan nilai original sample sebesar 0,127, nilai t statistic $1,411 < 1,96$ dan nilai P Values 0,158. Sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk peternakan CV Karya Muda Putra. Meskipun lokasi tempat usaha peternakan CV Karya Muda Putra menunjukkan hasil berpengaruh positif tidak signifikan, perusahaan perlu melakukan evaluasi terhadap faktor-faktor lokasi tempat usaha. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan visibilitas tempat usaha peternakan CV Karya Muda Putra dengan menambahkan logo atau penanda di jalan yang menunjukkan lokasi tempat usaha peternakan CV Karya Muda Putra. CV Karya Muda Putra juga perlu memperhatikan proses pengelolaan limbah dengan lebih optimal.
5. Model keputusan pembelian produk peternakan CV Karya Muda Putra dipengaruhi positif signifikan oleh variabel kualitas produk dengan bobot signifikansi sebesar 0,290, variabel kualitas pelayanan dengan bobot signifikansi sebesar 0,209, variabel harga dengan bobot signifikansi sebesar 0,367 dan dipengaruhi positif tidak signifikan oleh variabel lokasi dengan bobot signifikansi sebesar 0,127. Hal ini berarti model keputusan pembelian dengan variabel yang berpengaruh tertinggi yaitu variabel harga dengan bobot signifikansi sebesar 0,367.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut ini merupakan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya yang dapat dijadikan sebagai referensi, yaitu sebagai berikut:

1. Meskipun hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, penelitian selanjutnya dapat dilakukan secara lebih mendalam terkait hubungan antara lokasi tempat usaha dengan keputusan pembelian, seperti aksesibilitas, kenyamanan lokasi dan lainnya.
2. Penelitian selanjutnya dapat berfokus pada analisa yang mendetail terkait dengan keputusan pembelian terhadap produk peternakan dengan variabel variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, seperti citra merek dan kepercayaan merek.
3. Penelitian selanjutnya dapat membandingkan produk peternakan CV Karya Muda Putra dengan produk sejenis dari pesaing di pasar. Sehingga hal ini dapat memahami perbedaan dari pendapat konsumen dan variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian antara produk peternakan CV Karya Muda Putra dengan produk sejenis pesaing di pasar.