

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Indomaret Seturan Yogyakarta. Berdasarkan dari hasil uraian penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Indomaret Seturan Yogyakarta.
2. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Indomaret Seturan Yogyakarta.
3. Harga produk dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Indomaret Seturan Yogyakarta.

5.2 Kerbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan metode penelitian, namun memiliki keterbatasan yaitu :

1. Masi terdapat jawaban dari responden yang tidak konsisten menurut peneliti, kerana responden yang kurang teliti terhadap pernyataan sehingga tidak konsisten dalam jawaban koesioner.
2. Jumlah sampel yang di ambil dalam penelitian ini hanya 97 sampel tentunya masi kurang dari yang seharusnya berjumlah 100 sampel, karena adanya pandemi

covid-19 sehingga peneliti membatasi dalam melakukan penelitian dan berinteraksi dengan responden.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga produk dan kualitas produk berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen di Indomaret Seturan Yogyakarta. Secara parsial atau sendiri-sendiri harga produk dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sehingga penelitian ini memberikan saran yaitu:

1. Bagi Perusahaan
 - a. Meninjau kembali harga secara periodik mengingat saat ini semakin ketatnya persaingan antara AMDK agar lebih baik tanpa mengorbankan kualitas atau mutu produk itu sendiri.
 - b. Lebih menjaga dan mempertahankan serta meningkatkan kualitas produk sehingga mampu bersaing dengan produk-produk AMDK lainnya.
2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini bisa digunakan untuk bahan perbandingan atau sebagai bahan referensi dan pertimbangan penelitian selanjutnya untuk memperdalam pengetahuan tentang pengaruh harga produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.