

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan variabel mana yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan *Social Media Marketing* ( $X_3$ ), sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah Keputusan Pembelian ( $Y$ ) secara parsial dan simultan. Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linier berganda, dapat diketahui sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji T, ditemukan bahwa variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil uji T, ditemukan bahwa variabel Harga ( $X_2$ ) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Berdasarkan hasil uji T didapatkan bahwa variabel *Social Media Marketing* ( $X_3$ ) yang mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
4. Berdasarkan analisis regresi linier berganda, diperoleh kesimpulan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh bersama-sama (simultan) dari variabel bebas terhadap variabel Keputusan Pembelian dapat diterima.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak menggunakan variabel mediasi seperti yang digunakan Dewi *et al* (2021) yang menggunakan variabel *E-Word Of Mouth*. Selain itu, populasi dan sampel diambil di PT Jongka Indonesia pada tahun 2020, 2021, dan 2022 dimana pada tahun 2021 terjadi penurunan konsumen yang drastis akibat pandemi COVID 19. Sehingga, hasil penelitian dapat berbeda pada tahun yang normal.

## 5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, beberapa rekomendasi dapat diajukan yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dan pihak-pihak terkait. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Pihak perusahaan diharapkan dapat menjaga dan meningkatkan kualitas produk, harga, serta *social media marketing* dari PT Jongka Indonesia. Sehingga, diharapkan PT Jongka Indonesia dapat lebih bersaing di pasar industri bronjong kawat baik hingga ke internasional, seperti pesaingnya.
2. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian, diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.