BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, penelitian ini dimaksudkan penulis agar dapat mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, apakah harga berpengaruh terhadap minat beli, apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli, apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui perantara minat beli, dan apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui perantara minat beli. Setelah penulis memperoleh data dari responden dalam bentuk kuesioner yang telah diisi, penulis kemudian mengolah data tersebut dengan model pengukuran *(outer model),* pengukuran sktruktural *(inner model)* dengan uji signifikansi menggunakan SMART PLS 3.0 maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian
2. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian
3. Harga berpengaruh positif terhadap minat beli
4. Kualitas produk berpengaruh negatif terhadap minat beli
5. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian melalui minat beli
6. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian melalui minat beli

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah diperoleh dalam penelitian ini, penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

   Setelah mengetahui pengaruh adanya harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan minat beli tersebut diharapkan perusahaan menetapkan harga jual yang sesuai dengan keinginan konsumen dan memberikan kualitas produk yang sesuai atau dapat melebihi ekspektasi pelanggan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

   Dalam hasil penelitian ini disebutkan bahwa terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan minat beli selain faktor harga dan kualitas produk sehingga, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menemukan faktor lain dari keputusan pembelian dan minat beli selain harga dan kualitas produk dengan lebih kompleks.