

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang sudah dilakukan, maka simpulan pada penelitian ini adalah :

1. Rata-rata hasil jawaban responden terhadap variabel kualitas produk (X1) yaitu memilih jawaban kolom 4 artinya setuju bahwa responden beranggapan kualitas batu Bacan lebih unggul dari batu akik lainnya, dan rata-rata hasil jawaban tanggapan responden terhadap variabel citra merek (X2) yaitu memilih jawaban 5 artinya sangat setuju bahwa pandangan orang terhadap konsumen yang menggunakan batu Bacan terlihat lebih percaya diri.
2. Uji Determinasi R^2 pada sumbangan variabel (X) yaitu Kualitas Produk dan Citra Merek sebesar $R^2 = 0.517$. Hal ini berarti sumbangan dimensi-dimensi variabel X berperan dalam mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 51,7%, sisanya sebesar 48,3% dipengaruhi oleh faktor lain.
3. Nilai t hitung pada variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 5,952 lebih besar dari t tabel yaitu 1,978. Hal ini berarti Kualitas Produk (X1)

memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Batu Bacan di Toko Manto *Silver Gemstone* Bandar Lampung sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.

4. Nilai t hitung pada variabel Citra Merek (X_2) sebesar 8,668 lebih besar dari t tabel yaitu 1,978. Hal ini berarti Citra Merek (X_1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Batu Bacan di Toko Manto *Silver Gemstone* Bandar Lampung sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.
5. Nilai F hitung lebih besar dibandingkan nilai F tabel ($73,299 > 3,06$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, nilai signifikansi hasil *print out* ternyata dibawah α yang ditentukan 5% maka secara statistik bahwa secara keseluruhan variabel bebas (Kualitas Produk dan Citra Merek) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Batu Bacan di Toko Manto *Silver Gemstone* Bandar Lampung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil simpulan yang telah diuraikan, maka beberapa hal yang dapat dijadikan masukan pada penelitian ini adalah:

1. Sebaiknya Toko Manto *Silver Gemstone* Bandar Lampung mempertahankan faktor Kualitas Produk dan Citra Merek. Hal ini karena berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan menunjukkan kedua variabel tersebut terbukti memberikan pengaruh yang positif dan signifikan dalam meningkatkan Keputusan Pembelian Batu Bacan di Toko Manto *Silver Gemstone* Bandar Lampung.

2. Sebaiknya Toko Manto *Silver Gemstone* Bandar Lampung lebih meningkatkan hal-hal yang berkaitan dengan Kualitas Produk. Hal itu karena berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan faktor seperti Batu Bacan secara khusus dibentuk menjadi berbentuk cembung membul keatas dan berukuran besar agar mendapatkan nilai jual yang tinggi, warna yang banyak dan berkarakter berbeda dengan batu lain, Harga batu Bacan disesuaikan dengan kualitas kekristalan menunjukkan responden yang memberikan respon yang kurang terhadap hal yang berkaitan dengan Kualitas Produk. Artinya perlu ada peningkatan kualitas yang berbeda dengan produk lain, misalnya menjual dalam bentuk bahan agar terjangkau, menyediakan produk bacan yang langka, menyediakan pelayanan dan informasi berkaitan dengan produk maupun menyediakan tempat jual beli sehingga bisa saling menguntungkan penjual dan pembeli.
3. Sebaiknya Toko Manto *Silver Gemstone* Bandar Lampung lebih meningkatkan hal yang berkaitan dengan Batu Bacan memiliki warna yang banyak dan berkarakter berbeda dengan batu lain. Hal ini berarti produk yang disediakan belum memberikan kualitas yang baik yang dianggap sebagai faktor yang memberikan pengaruh bagi konsumen untuk melakukan pembelian. Hal yang bisa dilakukan adalah dengan menyediakan produk yang lebih berkualitas dari segi karakter warna yang memiliki ciri khas dan unik. Perlu adanya informasi yang jelas dan dibentuk komunitas pecinta gemstone agar konsumen pun mengetahui dan bisa berbagi informasi tentang produk yang baik secara kualitas.