

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Jahit Brother (Studi pada PT. Brothersindo Saudara Sejati), penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian mesin jahit Brother secara parsial atau individual yang dapat dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar $2,813 > t_{tabel} 1,9792$. Dilihat dari pembahasan menyatakan bahwa kualitas produk mesin jahit Brother tidak mudah rusak membuat konsumen memutuskan membeli mesin jahit Brother di Brothersindo.
2. Variabel harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian mesin jahit Brother secara parsial, karena nilai $t_{hitung} 1,882 < t_{tabel} 1,9792$. Maka, pada pembahasan menyatakan bahwa konsumen tidak merasa dipersulit dengan metode atau cara pembayaran apabila membeli mesin jahit Brother di Brothersindo.
3. Variabel promosi merupakan variabel yang memiliki pengaruh lebih besar dari variabel lain dalam penelitian ini yang dapat dilihat dan dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar $3,087 > t_{tabel} 1,9792$. Pada pembahasan dinyatakan bahwa dengan diadakannya kegiatan promosi oleh Brothersindo pesan yang disampaikan mudah dimengerti oleh konsumen sehingga konsumen tidak

akan keliru atau salahpahaman dengan produk mesin jahit Brother yang sedang dipromosikan pada periode tertentu.

4. Variabel lokasi tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mesin jahit Brother, dilihat dari nilai $t_{hitung} 0,838 < t_{tabel} 1,9792$, nilai tersebut lebih rendah dibandingkan dengan variabel lain. Dalam pembahasan menyatakan bahwa lingkungan di sekitar kantor cabang Brothersindo area Jabodetabek sangat nyaman. Namun, untuk hal itu tidak dapat memengaruhi secara signifikan bagi konsumen untuk memutuskan pembelian mesin jahit Brother di Brothersindo.
5. Bauran pemasaran 4P yang juga produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan lokasi (*place*) secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian mesin jahit Brother di Brothersindo. Dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 6,241 $> F_{tabel} 3,92$ dengan signifikansi sebesar 0,000, dikarenakan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikansi $\geq 0,05$.

B. Saran

Setelah dilakukannya penelitian ini dan mendapatkan hasil, penulis membuat kesimpulan seperti penjelasan diatas dan menyampaikan beberapa saran agar menjadi acuan untuk PT. Brothersindo Saudara Sejati yang lebih baik lagi, yaitu:

1. Untuk produk mesin jahit Brother yang ditawarkan oleh Brothersindo kepada konsumen harus lebih ditingkatkan lagi kualitas produknya agar tidak mudah rusak dan memberikan garansi mesin baru apabila kerusakan

yang terjadi dari kualitas produknya dan memberikan garansi untuk *sparepart*-nya saja apabila ada bagian kecil dari mesin jahit yang rusak.

2. Apabila diadakannya promosi pada periode tertentu seperti pada saat pameran, maka dari pihak Brothersindo harus segera menginformasikan kepada konsumen produk mesin jahit Brother yang mana sajakah yang akan ditampilkan di pameran dan mendapatkan harga promosi pada saat pameran berlangsung. Sehingga konsumen dapat lebih memahami pesan yang disampaikan oleh tim penjualan dan tidak terjadi kesalahpahaman akibat terlambat memberikan informasi.