

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Hasil penelitian ini terhadap 100 konsumen yang pernah melakukan pembelian produk batik UKM Griya Batik Mas Pekalongan minimal 1x dalam kurun waktu 6 bulan yang telah berusia 17 tahun. Data yang telah dikumpulkan kemudian dilakukan pengolahan dengan Microsoft Excel dan software SmartPLS 3.3.3, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk pada produk batik akan meningkatkan keputusan pembelian.
2. Pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa dengan adanya harga yang baik dan sesuai preferensi pelanggan maka akan meningkatkan keputusan pembelian.
3. Pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan.
4. Pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan menghasilkan nilai besaran r-square 0,698 atau 69,8% terhadap keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk,

Harga dan Kualitas Pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian pada kategori pengaruh moderat.

5. Keterbatasan penelitian ini yaitu bersifat penelitian ini bersifat cross-sectional. Penelitian ini terdapat keterbatasan dalam

4.2 Saran

1. Bagi Perusahaan, pada aspek harga perlu menyesuaikan dengan kualitas yang ditawarkan. Pada aspek kualitas pelayanan, Griya Batik Mas perlu meningkatkan pelayanan yang solutif dan informatif pada media sosial sehingga konsumen merasa terbantu oleh adanya customer service dalam pencarian produk batik. Pada aspek kualitas produk, Griya Batik Mas perlu meningkatkan bahan yang lebih baik sehingga dapat bertahan lama dan tidak mudah robek serta menyesuaikan selera pasar lokal.
2. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian dapat ditambahkan beberapa variabel di luar penelitian ini seperti *store atmosphere*, promosi dan lokasi. Penelitian ini juga bersifat cross-sectional sehingga perlu untuk penelitian secara berkala atau longitudinal. Pengolahan data dapat menggunakan alat bantu lainnya seperti SPSS yang dapat memperlihatkan signifikansi dari pengaruh secara simultan.