REPOSITORI IAIN KUDUS

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah dilakukannya pengolahan data dengan metode analisis regresi berganda pada program SPSS versi 16.0 dengan sampel 97 responden. Maka, menurut analisis yang sudah dilaksanakan, dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

1. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dilakukan pada variabel persepsi kualitas terhadap pengambilan keputusan pembelian yang dibantu dengan program SPSS 16.0 dapat diketahui bahwa t_{hitung} sebesar 7,032 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,986 serta taraf signifikan adalah 0,00. Yang artinya t hitung lebih besar dari t tabel (7,032>1,986) dan taraf signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,00<0,05), hal ini menunjukkan t_{hitung} berada pada daerah Ho ditolak dan Ha diterima, yang artinya bahwa secara parsial persepsi kualitas merupakan variabel independen yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian pada Konsumen Tas Ayu Fatma *Collection* di Kudus. Dan t_{hitung} bernilai positif artinya persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan pembelian pada konsumen tas Ayu Fatma *Collection* di Kudus..
2. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dilakukan pada variabel pengetahuan konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian yang dibantu dengan program SPSS 16.0 dapat diketahui bahwa t_{hitung} sebesar 4,537 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,986 serta taraf signifikan adalah 0,00. Yang artinya t hitung lebih besar dari t tabel (4,537>1,986) dan taraf signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,00<0,05), hal ini menunjukkan t_{hitung} berada pada daerah Ho ditolak dan Ha diterima, yang artinya bahwa secara parsial pengetahuan konsumen merupakan variabel independen yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian pada Konsumen Tas Ayu Fatma *Collection* di Kudus. Dan t_{hitung} bernilai positif artinya pengetahuan konsumen berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan pembelian pada konsumen tas Ayu Fatma *Collection* di Kudus.
3. Berdasarkan analisis regresi, bahwa variabel Persepsi Kualitas dan Pengetahuan Konsumen secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian pada Konsumen Tas Ayu Fatma *Collection* di Kudus, dibuktikan dengan kesimpulan pengujian dengan taraf signifikan sebesar 0,00 serta nilai f_{hitung} 282,944 dan nilai f_{tabel} sebesar 2,70, maka f_{hitung} bernilai

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

positif, sedangkan syarat pengambilan keputusannnya disebut memiliki pengaruh apabila tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 serta nilai f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel}, dengan secara simultan berpengaruh secara signifikan. Jadi variabel peresepsi kualitas dan pengetahuan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian pada konsumen tas Ayu Fatma *Collection* di Kudus.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini, telah diusahakan untuk mengikuti ketentuan yang sudah ditetapkan, namun dalam penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan:

1. Terdapat dua variabel yang menjadi factor yang memberikan pengaruh pada pengambilan keputusan, adalah persepsi kualitas dan pengetahuan konsumen. Namun terdapat beberapa factor lain yang tidak diketahui yang dapat memberikan pengaruh pada variabel pengambilan keputusan.
2. Terbatasnya penelitian karena peneliti memakai metode angket atau kuesioner, adalah terkadang terdapat jawaban yang dijawab oleh sampel yang tidak dapat menunjukkan situasi yang sesungguhnya.
3. Perlu dipertimbangkan adanya beberapa keterbatasan penelitian apabila hasil penelitian ini akan dijadikan sebagai bahan masukan yang bertujuan agar data dari hasil penelitian mempunyai manfaat lebih serta data yang dihasilkan diperoleh secara maksimal.

C. Saran

Menurut hasil penelitian yang sudah dijelaskan, dapat diperoleh beberapa saran sebagai berikut:

1) Untuk peneliti yang akan datang, dengan tujuan meneliti tema pembahasan yang sama dianjurkan agar melengkapi penelitian dengan cara menambah variabel-variabel diluar penelitian ini
2) Perusahaan harus terus dapat mempertahankan kualitas yang dimiliki agar konsumen dapat loyal pada produk yang ditawarkan. Serta media promosi yang digunakan harus lebih diperbanyak yang ditujukkan agar konsumen dapat mengetahui segala sesuatu mengenai produk yang ditawarkan sehingga ia tertarik untuk membeli produk. Dengan tercapainya beberapa hal tersebut, maka perusahaan dapat terus memperoleh kenaikan penjualan.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

D. Penutup

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat allah SWT, yang telah memberikan hidayah dan taufik-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, Shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada Baginda Rasulullah SAW yang kita harap kan Syafa'at nya kelak di hari kiamat.

Penulis sangatlah menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini masih terjadi kekurangan dan ketidaksempurnaan. Hal ini semata-mata merupakan keterbatasan ilmu dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dalam rangka penyempurnaan skripsi ini.

Akhirnya penulis hanya berharap semoga skripsi ini dapat menambah khazanah keilmuan, bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga senantiasa mendapat balasan dari Allah SWT, Amin Ya Rabbal 'Alamin.

REPOSITORI IAIN KUDUS