

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan promosi dengan keputusan pembelian Bahan Bakar Minyak Pertamina di, Jakarta Timur. Hal ini berdasarkan hasil perhitungan sebelumnya, sebagai berikut:

1. Berdasarkan nilai koefisien determinasi (*adjusted R square*) sebesar 0,965 atau 96,5% yang artinya variabel bebas dalam penelitian ini secara bersama – sama mampu mempengaruhi perubahan keputusan pembelian sebesar 96,5%.
2. Berdasarkan tabel Coefficients, nilai t_{hitung} Kualitas Produk (X1) sebesar $3.290 > t_{tabel} (2.014)$ dan $Sig\ 0.002 < 5\%$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial hipotesis H_1 diterima dan menolak H_{01} . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian.
3. Berdasarkan tabel Coefficients, nilai t_{hitung} Promosi (X2) sebesar $30.393 > t_{tabel} (2.014)$ dan $Sig\ 0.000 < 5\%$ sehingga keputusan yang dapat diambil adalah menerima H_2 dan menolak H_{02} . Dengan kata lain terdapat hubungan yang signifikan antara promosi dengan keputusan pembelian.

4. Berdasarkan hasil uji ANOVA atau Uji F, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 628.539 pada signifikansi 0,000. F_{tabel} sebesar 3.20. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($628.539 > 3.20$), maka H_0 ditolak, artinya kualitas produk dan promosi secara bersama berhubungan signifikan terhadap keputusan pembelian.
5. Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas produk dan Promosi memiliki hubungan signifikan dengan keputusan pembelian.

B. Implikasi

Variabel kualitas produk menurut tinjauan peneliti, secara keseluruhan kualitas produk dari Bahan Bakar Minyak Pertamina mendapatkan hasil yang positif di mata konsumen. Namun ada beberapa respon negatif dari konsumen. Yang pertama Konsumen beranggapan masih banyak produk bahan bakar minyak selain Pertamina yang masih lebih baik. Jadi dalam hal ini bahan bakar minyak Pertamina harus lebih memperhatikan kualitas lagi.

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas produk dan promosi dengan keputusan pembelian Bahan Bakar Minyak Pertamina pada karyawan Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan di Jakarta Timur. Hal ini membuktikan bahwa kualitas produk dan Promosi merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian.

Harus dapat meningkatkan kualitas produk dan promosi sehingga dapat terus meningkatkan keputusan pembelian secara signifikan.

Dari hasil pengolahan data, terlihat bahwa kualitas produk dan Promosi yang diberikan PT. Pertamina dengan Bahan Bakar Minyak Pertamina berpengaruh dan berhubungan dengan keputusan pembelian.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, saran-saran yang kiranya dapat diberikan oleh peneliti dalam meningkatkan keputusan pembelian adalah:

1. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, PT. Pertamina dalam menjual produk bahan bakar minyak Pertamina sebaiknya meningkatkan kualitas produk yang diperjual belikan sehingga dapat mempengaruhi meningkatnya keputusan pembelian.
2. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, PT. Pertamina dalam mempromosikan produk- produknya terutama bahan bakar minyak Pertamina, sebaiknya menggunakan cara promosi atau media yang digunakan lebih menarik dan inovatif.