BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh daya tarik harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan preferensi konsumen berbelanja pakaian sebagai variabel intervening di pasar tradisional Ciledug. Dapat ditarik kesimpulan:

1) Harga tidak berpengaruh terhadap preferensi konsumen, hal ini dibuktikan dengan nilai uji t yang diperoleh yaitu sebesar -0,692 < 1,661 dengan nilai signifikansi yaitu sebesar 0,490 > 0,05.
2) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen, hal ini dibutikan dengan nilai uji t yang diperoleh yaitu sebesar 6,244 > 1,661 dengan nilai signifikansi yaitu sebesar 0,000 < 0,05.
3) Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai uji t yang diperoleh yaitu sebesar 0,185 < 1,661 dengan nilai signifikansi yaitu sebesar 0,935 > 0,05.
4) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen, hal ini dibuktikan dengan nilai uji t yang diperoleh yaitu sebesar 3,590 > 1,661 dengan nilai signifikansi yaitu sebesar 0,001 < 0,05.
5) Preferensi konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai uji t yang diperoleh yaitu sebesar 6,745 > 1,661 dengan nilai signifikansi yaitu sebesar 0,000 < 0,05.
6) Harga melalui preferensi konsumen tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian berbelanja pakaian di pasar tradisional Ciledug, hal ini dibuktikan dengan nilai pengaruh langsung sebesar 0,014 dan pengaruh tidak langsung sebesar -0,037.
7) Kualitas produk melalui preferensi konsumen berpengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai pengaruh langsung sebesar 0,377 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,436 yang berarti bahwa keputusan pembelian secara tidak langsung dipengaruhi

oleh preferensi konsumen dan ada pengaruh variabel lain yaitu kualitas produk.

B. Saran

1) Berdasarkan penelitian, indikator dengan nilai rata-rata terkecil sebesar 3,43 pada variabel harga yaitu indikator keterangkauan harga dalam pasar tradisional Ciledug dengan 69 responden menjawab ragu-ragu dengan pernyataan bahwa produk pakaian yang ditawarkan di pasar tradisional Ciledug mempunyai harga yang bersaing dengan tempat lain. Maka dengan demikian sebaiknya para pelaku ekonomi yang ada di pasar tradisional Ciledug harus lebih mencermati kembali mengenai harga yang ditawarkan pada setiap produk pakaian yang dijual agar konsumen bisa langsung memutuskan untuk membeli.
2) Berdasarkan penelitian, indikator dengan nilai rata-rata terkecil sebesar 3,08 pada variabel kualitas produk yaitu indikator ketahanan (*durability*) kualitas produk pakaian yang dijual di pasar tradisional Ciledug dengan 73 responden menjawab ragu-ragu dengan pernyataan bahwa mereka mempertimbangkan kualitas dari suatu produk pakaian yang ditawarkan di pasar tradisional Ciledug. Maka dengan demikian sebaiknya para pelaku ekonomi yang ada di pasar tradisional Ciledug harus lebih memperhatikan kembali mengenai kualitas produk pakaian yang dijual agar konsumen bisa langsung memutuskan untuk membeli.
3) Berdasarkan penelitian, indikator dengan nilai rata-rata terkecil sebesar 3,17 pada variabel kualitas produk yaitu indikator kesinambungan (*continuity*) konsumen dalam berbelanja pakaian di pasar tradisional Ciledug 17 responden menjawab tidak setuju dengan pernyataan bahwa para konsumen konsisten dalam membeli pakaian di pasar tradisional Ciledug secara berulang. Maka dengan demikian sebaiknya para pelaku ekonomi yang ada di pasar tradisional Ciledug harus lebih memperhatikan baik mengenai harga maupun kualitas produk pakaian yang dijual agar konsumen memiliki loyalitas terhadap produk pakaian yang dijual di pasar tradisional Ciledug.

IAIN SYEKH NURJATI
CIREBON