

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan:

1. Kemudahan Pembelian (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk Make Over pada mahasiswi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (3.418) > t_{tabel} (1.662)$ dan nilai signifikansi $0.001 < 0.05$.
2. Kualitas Produk (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk Make Over pada mahasiswi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (0.437) < t_{tabel} (1.662)$ dan nilai signifikansi $0.663 > 0.05$.
3. Harga (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk Make Over pada mahasiswi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang dibuktikan dengan dengan nilai t_{hitung} sebesar $(0.181) < t_{tabel} (1.662)$ dan nilai signifikansi $0.857 > 0.05$.
4. Promosi (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk Make Over pada mahasiswi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (1.605) < t_{tabel} (1.662)$ dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$.
5. Kemudahan pembelian (X1), kualitas produk (X2), harga (X3) dan promosi (X4) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) produk Make Over pada mahasiswi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang dibuktikan dengan nilai signifikansi pada uji F yaitu $0.000 < 0.05$ dan nilai F_{hitung} sebesar $19.708 > F_{tabel} 2.71$.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat dipertimbangkan adalah sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti variabel lain atau menambahkan juga variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dengan presentase yang lebih besar dan subjek atau latar penelitiannya yang berbeda agar memperoleh hasil yang lebih baik.
2. Untuk mahasiswi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN Syekh Nurjati Cirebon agar supaya lebih sering membeli produk Make Over sebagai upaya untuk memajukan UMKM dan dalam membeli hingga pembelian yang berulang kali akantetapi sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan.
3. Untuk produk Make Over harus dapat memasarkan produknya secara konsisten dan lebih menarik agar dapat bersaing lebih baik lagi dengan produk impor.

