

A. Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data dan analisis data dalam penelitian yang membahas tentang “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam di Pasar Cipejuh” dapat disimpulkan bahwa:

1. Harga terhadap keputusan pembelian daging ayam di pasar Cipejuh memiliki nilai sebesar 0,191 dan Sig_{hitung} sebesar 0,849. Berdasarkan hasil tersebut maka nilai t_{hitung} (0,191) < t_{tabel} (1,660) dengan hal ini dinyatakan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini diikuti dengan pernyataan Sig_{hitung} (0,849) > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Yang artinya variabel harga secara parsial tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian daging ayam.
2. Kualitas produk terhadap keputusan pembelian daging ayam di pasar Cipejuh memiliki nilai sebesar 6,718 dan Sig_{hitung} sebesar 0,00. Berdasarkan hasil tersebut maka nilai t_{hitung} (6,718) > t_{tabel} (1,660) dengan hal ini dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini diikuti dengan pernyataan Sig_{hitung} (0,00) < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Yang artinya variabel kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian daging ayam.
3. Harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian daging ayam di pasar Cipejuh memiliki nilai F_{hitung} (26,116) dengan tingkat signifikansi 0,000. Berdasarkan hasil tersebut, maka nilai F_{hitung} (26,116) > nilai F_{tabel} (3,09) dengan hal ini H_0 ditolak dan H_a diterima. Dan hal ini diperkuat oleh pernyataan selanjutnya yaitu Sig_{hitung} (0,000) < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel harga dan kualitas produk secara simultan mempengaruhi variabel keputusan pembelian.

Dari hasil pembahasan dan analisis serta kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, maka saran-saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Pihak pasar diharapkan untuk dapat selalu memperbaharui harga pasar, agar tidak kalah saing oleh harga pesaing lainnya. Dan juga menjaga agar harga di pasar tetap stabil, tidak mengalami kenaikan yang begitu signifikan, dan diharapkan harga lebih murah dibanding harga pesaingnya.
- b. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel independen lainnya terhadap pengaruh keputusan pembelian.
- c. Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti di pasar yang berbeda sebagai tempat penelitian untuk membedakan dari penelitian-penelitian sebelumnya.

