

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya maka ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk diperoleh nilai rata-rata 368 artinya kualitas produk pada Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi baik. Keputusan Pembelian diperoleh nilai rata-rata 378 artinya keputusan pembelian pada Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi tinggi.
2. Berdasarkan data primer yang diolah, variabel (X) Kualitas Produk terhadap variabel (Y) Keputusan Pembelian berpengaruh. Berdasarkan uji statistik persamaan regresi linier sederhana sebesar  $Y = 0,856 + 0,321X + e$ . Koefisien korelasi (r) sebesar 0,525 artinya terdapat hubungan yang sedang antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 0,328 (32,8%) yang artinya kualitas produk mampu menjelaskan keputusan pembelian (Y) pada Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi yaitu sebesar 32,8% dan sisanya 67,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Seperti, Harga, Promosi, Perilaku Konsumen, Bauran Pemasaran dll. Uji hipotesis t dapat diketahui  $t_{hitung}$  5,207 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,66055, maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima artinya kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi.

## 5.2 Saran

Bagi pihak Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi penulis memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Produk martabak telur pada Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi kurang memiliki tampilan yang menggugah selera. Maka dari itu disarankan kepada pihak manajemen Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi untuk mendesain tampilan produk martabak telur agar terkesan lebih menarik dan menggugah selera dimata konsumen sehingga konsumen tertarik membeli martabak telur tersebut.
2. Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi kurang memiliki usaha yang luas. Maka dari itu disarankan bagi pihak manajemen Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi sebaiknya melebarkan sayap dengan cara membuka cabang baru di berbagai wilayah Kota Jambi agar produk dapat di jangkau oleh seluruh konsumen di wilayah Kota Jambi.

