

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan di atas serta berdasarkan data yang penulis peroleh dari penelitian sebagaimana yang telah dibahas dalam skripsi ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor reputasi perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada CV MR Furniture Design Jepara hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} 2.602 dengan nilai t_{tabel} 1,660 dan nilai p value (Sig.) 0,011 yang berada di bawah 0,05 (tingkat signifikansi) ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.602 > 1,660$) hal ini menunjukkan reputasi perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Faktor promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada CV MR Furniture Design Jepara hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} 2.433 dengan nilai t_{tabel} 1,660 dan nilai p value (Sig.) 0,017 yang berada di bawah 0,05 (tingkat signifikansi) ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.433 > 1,660$) hal ini menunjukkan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Faktor persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada CV MR Furniture Design Jepara hal ini terlihat dari nilai

t_{hitung} 6.340 dengan nilai t_{tabel} 1,660 dan nilai p value (Sig.) 0,000 yang berada di bawah 0,05 (tingkat signifikansi) ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($6.340 > 1,660$) hal ini menunjukkan persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Faktor reputasi perusahaan, promosi dan persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada CV MR Furniture Design Jepara hal ini terlihat dari nilai f_{hitung} 75.359 dengan nilai f_{tabel} 2.70 dan nilai p value (Sig.) 0,000 yang berada di bawah 0,05 (tingkat signifikansi) ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($75.359 > 2.70$) hal ini menunjukkan reputasi perusahaan, promosi dan persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang berkaitan dengan reputasi perusahaan, promosi dan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut: Berdasarkan variable yang dominan adalah persepsi harga maka CV MR Furniture Design sebaiknya mempertahankan harga yang terjangkau tetapi masih memperhatikan kualitas produk.