

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data dan pembahasan terhadap hasil penelitian berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk hias limbah plastik (Studi Pada HOME INDUSTRI “Decoratif Flower” di Krasak Bangsri). Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil dari uji Koefisien Determinasi, dapat diketahui bahwa nilai dari *Adjusted R Square* sebesar 0,314 dalam hal ini berarti bahwa variabel independen yang terdiri dari *Product Quality* dan *Green Marketing* dapat menjelaskan Variabel dependen Keputusan Pembelian Produk Hias Limbah Plastik dengan nilai 31,4% sedangkan sisanya 68,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.
2. *Product Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk hias limbah plastik. Nilai signifikan 0,000 kurang dari $<0,05$ ($\alpha = \text{alpha}$) menunjukkan bahwa *Product Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Hias Limbah Plastik. Hasil uji secara parsial memiliki nilai t_{hitung} (5,016) lebih dari $> t_{\text{tabel}}$ (1.66123) maka H_{a1} diterima
3. *Green Marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk hias limbah plastik. Nilai signifikan 0,009 kurang dari $<0,05$ ($\alpha = \text{alpha}$) menunjukkan bahwa *Green Marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Hias Limbah Plastik. Hasil

uji secara parsial memiliki nilai t_{hitung} (2,658) lebih dari $> t_{tabel}$ (1.66123) maka H_{a2} diterima.

4. *Product Quality* dan *Green Marketing* secara simultan (Bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk hias limbah plastik. Dengan uji statistik F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} yaitu 22,776 lebih dari $> 3,09$ untuk nilai signifikan 0,000 kurang dari $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa *Product Quality* dan *Green Marketing* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk hias limbah plastik (Studi Pada HOME INDUSTRI “Decoratif Flower” di Krasak Bangsri).

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian tentang *Product Quality* dan *Green Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Produk Hias Limbah Plastik (Studi Pada HOME INDUSTRI “Decoratif Flower” di Krasak Bangsri), maka peneliti memberikan saran yaitu:

1. Hasil perhitungan nilai indeks pada variabel *Product Quality* (X_1) menunjukkan bahwa indikator terkecil yaitu berkaitan dengan ketetapan produk. Hal ini berarti dengan meningkatnya aspek *product quality* dari ketetapan produk maka dapat meningkatkan keputusan pembelian. Seperti halnya berkaitan dengan tingkat kesesuaian dengan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Kesesuaian merefleksikan derajat ketetapan antara karakteristik desain produk dengan

karakteristik kualitas standar dengan menyesuaikan standar toko dekoratif flower. Sehingga dapat mencuri perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan.

2. Hasil perhitungan nilai indeks pada variabel *Green Marketing* (X2) menunjukkan bahwa indikator terkecil yaitu berkaitan dengan lokasi yang mudah dijangkau. Hal ini berarti dengan meningkatnya aspek *green marketing* dari lokasi yang mudah dijangkau maka dapat meningkatkan keputusan pembelian. Seperti halnya dalam segi pemberian papan reklame di area pinggir jalan raya, karna lokasi toko yang berada di jalan raya masuk membuat konsumen sedikit bingung untuk mencari akses toko. Dengan adanya papan reklame di area masuk jalan akan dapat mempermudah konsumen mengakses toko.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat mengembangkan dan menyempurnakan peneliti ini yang mempengaruhi keputusan pembelian, dengan menambahkan indikator-indikator baru atau faktor lain seperti motivasi, atribut produk dan Sikap konsumen, mengingat variabel bebas dan pengaruhnya terhadap variabel terikat dalam penelitian ini hanya sebesar 0,314 (31,4%).