

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh strategi pemasaran, kualitas produk dan harga jual terhadap keputusan pembelian pada bahan bangunan di PT. Homesmart Medan.

1. Secara parsial strategi pemasaran tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk bahan bangunan pada PT. Homesmart Medan, hal ini berarti ketentuan $T_{hitung} > T_{tabel}$ tidak terpenuhi sehingga strategi pemasaran tidak berpengaruh.
2. Secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk bahan bangunan pada PT. Homesmart Medan, hal ini berarti ketentuan $T_{hitung} > T_{tabel}$ terpenuhi sehingga kualitas produk berpengaruh.
3. Secara parsial harga jual berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk bahan bangunan pada PT. Homesmart Medan, hal ini berarti ketentuan $T_{hitung} > T_{tabel}$ terpenuhi sehingga harga jual berpengaruh.
4. Secara simultan antara strategi pemasaran, kualitas produk dan harga jual secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk bahan bangunan pada PT. Homesmart Medan, hal ini berarti

ketentuan $F_{hitung} > F_{tabel}$ terpenuhi.

5.2 Saran

Saran yang bisa diberikan penelitian untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Bagi pihak perusahaan diharapkan mampu melakukan pola strategi marketing dengan baik, baik perbaikan kualitas produk dan juga dalam menentukan harga jual sehingga nantinya pihak konsumen lebih lagi menyukai produk dari bahan bangunan yang di jual oleh pihak PT. Homesmart Medan sehingga nantinya secara otomatis akan meningkatkan keputusan pembelian.

2. Bagi Penulis

Bagi penulis penelitian ini diharapkan mampu di terapkan di dalam dunia pekerjaan nantinya dan juga hasil penelitian ini menjadi gambaran bagi penulis jika nanti masuk kedalam dunia usaha nantinya.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat meneliti dengan variabel-variabel di luar variabel yang telah diteliti ini agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.