

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji F (simultan), terbukti bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Produk, Harga dan Promosi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo.
2. Berdasarkan uji t (parsial), terbukti bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Produk, Harga dan Promosi secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo.
3. Diketahui bahwa variabel Kualitas Produk yang berpengaruh dominan dibandingkan dengan variabel Harga dan variabel Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo.

### **5.2 Saran**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian”, maka dapat disarankan sebagai berikut :

### 1. Bagi KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo

Kualitas produk berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian dibanding harga dan promosi sehingga dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yang akan datang, terkait masalah kualitas produk, harga, promosi dan keputusan pembelian, serta dampaknya terhadap KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo, Diharapkan KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo tetap menjaga bahkan meningkatkan kualitas produknya.

### 2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga Probolinggo

Dapat digunakan sebagai referensi tambahan sebagai bahan masukan terkait masalah kualitas produk, harga, promosi dan keputusan pembelian dalam KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo. Serta digunakan untuk menambah informasi dan wawasan pembaca terkait dengan kualitas produk, harga, promosi dan keputusan pembelian..

### 3. Bagi Pembaca

Diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan wacana guna untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan atau dasar bagi peneliti selanjutnya, untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian, selain kualitas produk, harga dan promosi