

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis variabel kehalalan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian roti Heppy Bakery kota Padang. Diperoleh nilai B sebesar 8,206 dan nilai t hitung (1,901) yang besar dari r tabel (1,66140) dengan tingkat signifikan sebesar 0,020 yang lebih kecil dari 0,05, maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Jadi apabila kehalalan produk terjamin maka akan mempengaruhi keputusan pembelian pada toko roti U.D Heppy Bakery di Kota Padang.
2. Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian roti Heppy Bakery di Kota Padang. Diperoleh nilai B sebesar 8,206 dan nilai t hitung (2,910) yang besar dari t tabel (1,66140) dengan tingkat signifikan sebesar 0,005 yang lebih kecil dari 0,05, maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Jadi semakin sesuai harga dengan manfaat dan nilai produk maka akan semakin meningkat keputusan pembelian roti U.D Heppy Bakery di Kota Padang.

3. Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh bahwa variabel promosi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Artinya tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko roti Heppy Bakery di kota Padang. Dengan nilai B sebesar 8,206 dan nilai t hitung (1,840) yang besar dari t tabel (1,66140) dengan tingkat signifikan sebesar 0,069 yang lebih besar dari 0,05. Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada roti U.D Heppy Bakery di kota Padang. Hal ini dikarenakan konsumen tidak terlalu melihat promosi sebagai faktor penyebab yang jelas pada keputusan pembelian roti di toko Heppy Bakery karena promosi yang dilakukan tidak terlalu terlihat dampaknya oleh konsumen. Promosi yang dilakukan hanya dari mulut ke mulut dan media sosial facebook dan instagram, karena tidak semua orang yang membeli roti Heppy Bakery memiliki kontak langsung dengan media sosial. Jadi hasil dari penelitian ini pada variabel promosi menunjukkan bahwa tinggi rendahnya suatu tingkat promosi belum tentu dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

4. Variabel kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko roti Heppy Bakery di kota Padang. Dengan nilai F hitung adalah sebesar 9,828 sedangkan F tabel diperoleh sebesar 2,70. Hal ini menunjukkan  $F_{hitung} > \text{dari } F_{tabel}$ . Dengan tingkat signifikansi sebesar

$0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa, variabel kehalalan produk (X1), Harga (X2) dan Promosi (X3) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada toko roti Heppy Bakery.

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi pengelola dan pemilik U.D Heppy Bakery
  - a. Harga yang ditawarkan oleh toko roti Heppy Bakery dirasa sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen karena terjangkau oleh semua kalangan. Pemilik usaha harus mampu mempertahankan harga jika perlu ditingkatkan lagi.
  - b. Promosi sebaiknya lebih ditingkatkan lagi karena promosi juga menjadi salah satu faktor untuk mempercepat atau merangsang pembelian konsumen dengan segera dan dalam waktu yg cepat. Jika promosi lebih ditingkatkan lagi juga dapat meningkatkan dan mempercepat keputusan pembelian konsumen pada suatu produk, maka dari itu promosi bisa ditingkatkan lagi.