

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 KESIMPULAN**

Berdasarkan dari rumusan masalah, hipotesis dan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penelitian “Pengaruh varian Produk dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada es bidadari kota jambi” berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh varian Produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada es bidadari kota jambi. Es bidadari hanya menjual satu produk yaitu minuman es bidadari, Para konsumen es bidadari tidak hanya melihat dari harganya saja, melainkan juga melalui tampilan produk, ukuran, dan ketersediaan produk yang ditawarkan apakah menarik, bersih dan nikmat yang akan menciptakan keputusan pembelian konsumen pada es bidadari. hal ini dibuktikan dengan pengolahan spss uji t dengan nilai t hitung lebih besar dari pada nilai t tabel yaitu  $8,299 > 0,111$  dan diperoleh nilai t hitung dan produk sebesar 8,299 dan profitabiliti signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap es bidadari kota jambi.

2. Terdapat pengaruh Promosi yang sederhana yang dijelaskan dilatar belakang terhadap keputusan pembelian konsumen pada es bidadari kota jambi. Yang mana es bidadari menggunakan Jenis Promosi langsung dan promosi digital dengan cara mengajak masyarakat secara langsung seperti mulut kemulut dan ditayangkan lewat beberapa media sosial yang membantu keputusan pembelian konsumen es bidadari. Hal ini dibuktikan dengan pengolahan spss uji t dengan nilai t hitung lebih besar dari pada nilai t tabel yaitu  $3.931 > 1,966$  dan diperoleh nilai t hitung dan produk sebesar 3.931 dan profitabiliti signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap es bidadari kota jambi.
3. Terdapat pengaruh secara simultan terhadap varian Produk dan promosi keputusan pembelian konsumen pada es bidadari kota jambi. hal ini dibuktikan nilai f hitung sebesar 95.348 dengan probabilitas signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Yang berarti dapat dikatakan bahwa variabel varian produk dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

## 5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Perlu adanya Inovasi produk baru dengan varian yang menyesuaikan kebutuhan masyarakat dan pelanggan saat ini untuk meningkatkan jumlah omset penjualan.

2. Sebaiknya es bidadari meningkatkan promosi dengan media sosial untuk dikenal lebih luas dari jangkauannya tidak sebatas manual maupun beberapa media sosial tapi digital dan platform yang ada.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan menjadi dasar penelitian yang akan dilakukan selanjutnya. Bagi pihak yang ingin meneliti lebih lanjut, dapat menggunakan atau menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.