

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada UD. Mebel Alfian Kota Bima sebagai berikut:

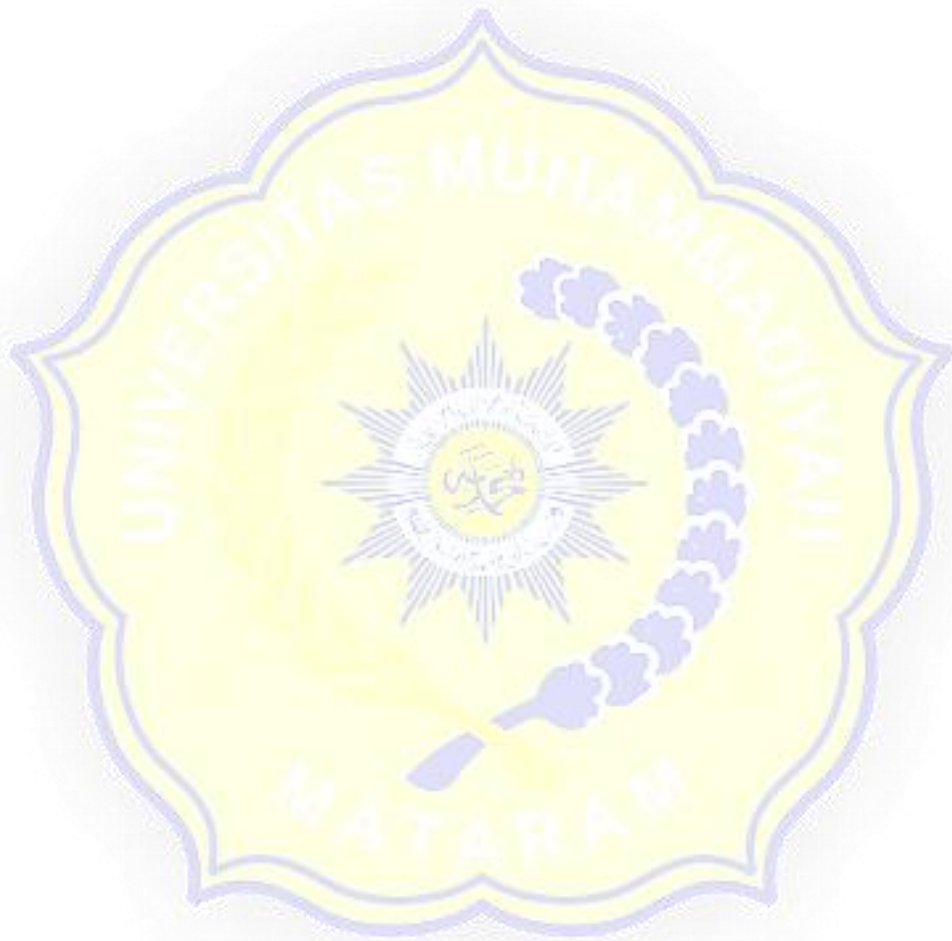
1. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan secara parsial (Uji t) pada data-data penelitian ini, bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada UD. Mebel Alfian Kota Bima
2. Berdasarkan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,562. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada UD. Mebel Alfian sebesar 56,2%. Dan sisanya 43,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Penulis menuliskan saran-saran bagi pihak yang terkait, yang diharapkan saran-saran tersebut dapat memberikan berbagai manfaat:

1. Untuk UD. Mebel Alfian Kota Bima diharapkan untuk selalu meningkatkan kualitas produk dan dikembangkan dengan sebaik mungkin agar konsumen semakin tertarik dengan produk-produk mebel yang ada di UD. Mebel Alfian.

2. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan untuk melakukan penelitian yang lebih lanjut dan mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel yang berbeda.



DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. S. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Pembelian Buku di Sentral Buku Kampung Ilmu Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2(2), 3.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Gowa: Global RCI
- Fifyanita Ghanita. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 91–97. <https://doi.org/10.54622/academia.v2i2.43>
- Hidayatulloh, R., Pudyaningsih, R. A., & Akramiah, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada Ud. Hartani Jaya. *Jurnal EMA*, 5(1), 21–28. <https://doi.org/10.47335/ema.v5i1.45>
- Jackson R.S. Weenas. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*. 1(4), 608. <https://doi.org/2303-1174>
- Laia, B. (2018). *Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di ud. karunia abadi telukdalam kabupaten nias selatan skripsi*.
- Lubis, A. A. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(02), 1–11.
- Muhammad, N. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Tupperware di Business Leader Mutiara Rinjani Mataram*.

<http://repository.ummat.ac.id/406/3/CAVER-BAB III.pdf>

- Mukti, M. Y. D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mebel CV Jati Endah Lodoyo Blitar). *Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)* (Vol. 2, Issue 1), 90.
- Nur Kholidah, M. A. (2021). *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. Bojong Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media.
- Walujo, D. A., Koesdijati, T., & Utomo, Y. (2020). *Pengendalian Kualitas*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Yenni, A. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padang Sidempuan: PT. Inovasi Pratama Internasional
- Yosef, T. (2021). *Minat dan Keputusan Pembelian Tinjauan Melalui Persepsi Harga dan Kualitas (Konsep Dan Studi Kasus)* (Vol. 2, Issue 1, pp. 10–21).
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 2(2), 204-219.
- Bungin, B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri
- Jumadi. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada PT. Salva Inti Property Jalan Langko Mataram*. Skripsi. Mataram: Universitas Muhammadiyah Mataram
- Juniawati. (2019). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Sophie Paris (Studi Kasus Pada*

Jaringan Bussines Center (BC) Anjasmara Saumi Ramadhan). Skripsi.
Mataram: Universitas Muhammadiyah Mataram

Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta:
Erlangga

Purwanto, E, A. & Sulistyastuti, D, R. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif
Untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial*. Yogyakarta: Gava
Media

Riyanto, S. & Hatmawan, A, A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif
Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*.
Yogyakarta: Deepublish Publisher

Rumondang, dkk. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Medan:
Yayasan Kita Menulis

Saswita, Y. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Mebel dan Desain Terhadap
keputusan Pembelian di CV. Tabola (Studi Kasus CV. Tabola Mebel
Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat)*. Skripsi. Mataram: Universitas
Muhammadiyah Mataram

Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: CV. Pustaka Abadi

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta

Suryabrata, Sumadi. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: RajaGrafindo
Persada

Umar, H. (2014). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta:
RajaGrafindo Persada



KUESIONER PENELITIAN

Kepada

Yth. Bapak/Ibu

Konsumen UD. Mebel Alfian

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nita Rahmawati Rizqi

NIM : 2019B1C063

Prodi : Ilmu Administrasi Bisnis

Adalah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram yang sedang menyusun sebuah skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis, dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di UD. Mebel Alfian (Studi Kasus pada UD. Mebel Alfian Kota Bima)**”. Oleh karena itu, mohon bantuan Bapak/Ibu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan kuesioner berikut ini.

Kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata, dan tidak untuk dipublikasikan. Kerahasiaan Bapak/Ibu dapat saya jamin.

Demikianlah, saya ucapkan terima kasih atas kesediaan Bapak/Ibu yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.

Kota Bima, Maret 2023

Penulis,

Nita Rahmawati Rizqi
(2019B1C063)

Profil Responden

Berilah tanda *check list* (√) untuk setiap jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan diri anda

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
3. Usia : 18-25 Tahun 31-40 Tahun
 26-30 Tahun > 40 Tahun
4. Pendidikan Terakhir : SD D3
 SMP/Sederajat S1
 SMA/Sederajat S2-S3
5. Pekerjaan : PNS Pengusaha
 Wiraswasta Petani
 Buruh Lainnya

1. Petunjuk Pengisian Kuesioner

- 1) Sebelum mengisi kuesioner ini, mohon Bapak/Ibu membaca setiap butir pertanyaan dengan cermat.
- 2) Bapak/Ibu tinggal beri tanda *check list* (√) pada kolom yang sesuai dengan pilihan.
- 3) Untuk setiap butir pertanyaan hanya diperbolehkan memilih satu alternatif jawaban.
- 4) Jika ada kesalahan dalam memilih alternatif jawaban, beri tanda (X) pada kolom yang salah kemudian beri tanda *check list* (√) pada kolom yang sesuai.
- 5) Semua pertanyaan yang ada, mohon dijawab tanpa ada satupun yang terlewat.

2. Keterangan Jawaban

- 1) STS : Sangat Tidak Setuju
- 2) TS : Tidak Setuju
- 3) N : Netral
- 4) S : Setuju
- 5) SS : Sangat Setuju

A. Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X₁)

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa produk UD. Mebel Alfian memiliki daya tahan yang kuat.					
2.	Saya membeli produk UD. Mebel Alfian karena motifnya yang menarik dan unik.					
3.	Saya merasa produk UD. Mebel Alfian mudah diingat dan dikenali.					
4.	Saya merasa produk UD. Mebel Alfian memiliki tampilan yang menarik.					

B. Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya membeli produk UD. Mebel Alfian karena percaya dengan kualitas produk yang dimiliki sudah terjamin kelayakannya.					
2.	Saya pelanggan tetap di UD. Mebel Alfian yang membeli produk nya karena memiliki manfaat yang baik.					
3.	Saya bersedia merekomendasikan kepada teman dan kerabat sekitar agar memesan dan membeli produk furniture mebel di UD. Mebel Alfian.					
4.	Saya selalu memesan dan membeli produk furniture di UD. Mebel Alfian setiap saat membutuhkannya.					

Lampiran I: Tabulasi Data Kuesioner

NO	KUALITAS PRODUK (X)					KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)				
	X1	X2	X3	X4	Total	Y1	Y2	Y3	Y4	Total
1	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19
2	3	4	3	2	12	4	3	4	3	14
3	5	5	4	3	17	3	5	4	4	16
4	5	4	4	4	17	5	3	4	4	16
5	4	4	4	4	16	4	3	3	4	14
6	5	4	5	4	18	4	4	5	5	18
7	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
8	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
9	5	5	5	4	19	5	4	5	4	18
10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
11	5	5	4	5	19	4	5	5	5	19
12	4	4	5	4	17	5	4	5	5	19
13	4	5	4	5	18	5	4	5	5	19
14	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
15	5	5	4	5	19	4	5	4	4	17
16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
17	4	4	5	4	17	5	4	5	4	18
18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
19	5	5	4	5	19	4	5	5	4	18
20	3	4	4	4	15	4	3	4	5	16
21	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
22	4	3	4	4	15	3	4	4	4	15
23	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19
24	4	4	4	3	15	4	2	4	4	14
25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
26	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
27	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16
28	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20
29	4	3	5	4	16	3	3	2	3	11
30	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
31	5	3	5	3	16	5	4	5	5	19
32	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15
33	3	3	3	4	13	3	3	4	3	13
34	5	4	4	3	16	3	3	4	4	14
35	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20

36	5	5	4	5	19	5	4	4	5	18
37	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
38	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19
39	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19
40	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16

Lampiran II: Hasil SPSS Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan Terakhir, dan Pekerjaan

JK

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-Laki	17	42,5	42,5	42,5
Valid Perempuan	23	57,5	57,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
31-40 Tahun	10	25,0	25,0	25,0
> 40 Tahun	14	35,0	35,0	60,0
Valid 4	16	40,0	40,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SD	1	2,5	2,5	2,5
SMP/Sederajat	2	5,0	5,0	7,5
SMA/Sederajat	13	32,5	32,5	40,0
Valid D3	3	7,5	7,5	47,5
S1	20	50,0	50,0	97,5
S2-S3	1	2,5	2,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
PNS	12	30,0	30,0	30,0
Pengusaha	6	15,0	15,0	45,0
Wiraswasta	8	20,0	20,0	65,0
Valid Petani	1	2,5	2,5	67,5
Buruh	2	5,0	5,0	72,5
Lainnya	11	27,5	27,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Lampiran III: Hasil SPSS Hasil Jawaban Responden

Statistics

	X.1	X.2	X.3	X.4	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4
N Valid	40	40	40	40	40	40	40	40
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	4,53	4,33	4,35	4,28	4,35	4,18	4,40	4,40
Std. Error of Mean	,101	,110	,098	,124	,111	,133	,106	,100
Median	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Std. Deviation	,640	,694	,622	,784	,700	,844	,672	,632
Range	2	2	2	3	2	3	3	2
Minimum	3	3	3	2	3	2	2	3
Maximum	5	5	5	5	5	5	5	5
Sum	181	173	174	171	174	167	176	176

HASIL JAWABAN VARIABEL KUALITAS PRODUK (X)

X.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	3	7,5	7,5
	Setuju	13	32,5	40,0
	Sangat Setuju	24	60,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0

X.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	5	12,5	12,5
	Setuju	17	42,5	55,0
	Sangat Setuju	18	45,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0

X.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	3	7,5	7,5
	Setuju	20	50,0	57,5
	Sangat Setuju	17	42,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0

X.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	2,5	2,5
	Netral	5	12,5	15,0
	Setuju	16	40,0	55,0
	Sangat Setuju	18	45,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0

HASIL JAWABAN VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Y.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Netral	5	12,5	12,5	12,5
Setuju	16	40,0	40,0	52,5
Sangat Setuju	19	47,5	47,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Y.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Tidak Setuju	1	2,5	2,5	2,5
Netral	8	20,0	20,0	22,5
Setuju	14	35,0	35,0	57,5
Sangat Setuju	17	42,5	42,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Y.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Tidak Setuju	1	2,5	2,5	2,5
Netral	1	2,5	2,5	5,0
Setuju	19	47,5	47,5	52,5
Sangat Setuju	19	47,5	47,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Y.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Netral	3	7,5	7,5	7,5
Setuju	18	45,0	45,0	52,5
Sangat Setuju	19	47,5	47,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Lampiran IV: Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X)

		Correlations				
		X.1	X.2	X.3	X.4	Kualitas Produk
X.1	Pearson Correlation	1	,588**	,557**	,522**	,817**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,000
	N	40	40	40	40	40
X.2	Pearson Correlation	,588**	1	,383*	,633**	,818**
	Sig. (2-tailed)	,000		,015	,000	,000
	N	40	40	40	40	40
X.3	Pearson Correlation	,557**	,383*	1	,481**	,735**
	Sig. (2-tailed)	,000	,015		,002	,000
	N	40	40	40	40	40
X.4	Pearson Correlation	,522**	,633**	,481**	1	,841**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,002		,000
	N	40	40	40	40	40
Kualitas Produk	Pearson Correlation	,817**	,818**	,735**	,841**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Lampiran V: Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations				
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Keputusan Pembelian
Y.1	Pearson Correlation	1	,458**	,622**	,660**	,811**
	Sig. (2-tailed)		,003	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40
Y.2	Pearson Correlation	,458**	1	,597**	,586**	,817**
	Sig. (2-tailed)	,003		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40
Y.3	Pearson Correlation	,622**	,597**	1	,640**	,851**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40	40
Y.4	Pearson Correlation	,660**	,586**	,640**	1	,852**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	40	40	40	40	40
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	,811**	,817**	,851**	,852**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran VI: Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,815	4

Lampiran VII: Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Case Processing Summary

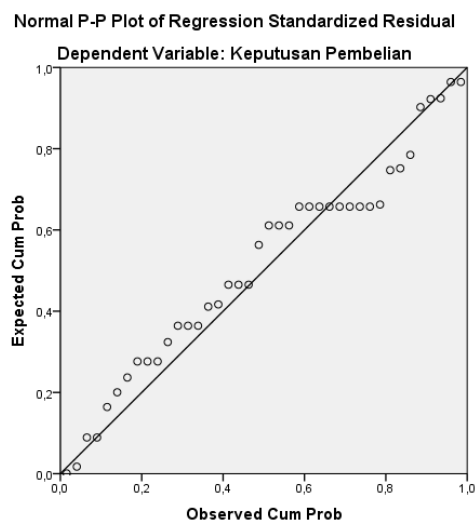
		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,845	4

Lampiran VIII: Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,56758218
	Absolute	,135
Most Extreme Differences	Positive	,135
	Negative	-,113
Kolmogorov-Smirnov Z		,857
Asymp. Sig. (2-tailed)		,455

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran IX: Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,267	2,029		1,610	,116
Kualitas Produk	,804	,115	,750	6,982	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran X: Uji Determinasi R Square

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,750 ^a	,562	,550	1,588

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran XI: Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.		
	B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	3,267	2,029		1,610	,116	
	Kualitas Produk	,804	,115		,750	6,982	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



DOKUMENTASI



