

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Dari hasil analisis data dan pembahasan yang sudah dilakukan dengan menggunakan analisis *Partial Least Square* (PLS) tentang keputusan pembelian majalah peluang, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa variabel harga memberikan kontribusi langsung terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan konsumen dalam membeli melihat harga yang ditawarkan sesuai dengan informasi yang didapat. Maka dari itu dengan adanya harga dengan kesesuaian informasi dapat menarik perhatian konsumen. Jadi hasil untuk variabel harga sesuai dengan hipotesis yang dibuat peneliti yaitu harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- b. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa variabel kualitas produk tidak memberikan kontribusi langsung terhadap keputusan pembelian. Hal ini bisa disebabkan karena bahan kertas yang digunakan kurang bagus. Hal tersebut bisa berdampak kepada konsumen lebih memilih majalah lain dengan topik informasi yang sama tetapi dengan kualitas kertas yang lebih baik. Jadi hasil untuk variabel kualitas produk tidak sesuai dengan hipotesis yang dibuat peneliti yaitu kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- c. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa variable promosi tidak memberikan kontribusi langsung terhadap keputusan pembelian. promosi yang ditawarkan dari majalah peluang dari media massa masih belum maksimal sehingga belum banyak diketahui oleh konsumen berlangganan dan target pasar majalah peluang. Jadi hasil untuk variabel promosi tidak sesuai dengan hipotesis yang dibuat peneliti yaitu promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

#### **V.1. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini mempunyai keterbatasan. Adapun keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini menggunakan sampel penelitian sebanyak 40 responden dengan menyebarkan kuesioner kepada responden tersebut yang merupakan para

konsumen berlangganan dan target pasar majalah peluang (koperasi, umkm, pelaku usaha, pengambil keputusan ekonomi) sehingga kesimpulan yang bisa didapatkan hanya terbatas pada data yang diperoleh dari hasil tanggapan responden melalui kuesioner yang disebar.

- b. Penelitian ini hanya disebar dalam lingkup konsumen berlangganan dan target pasar majalah peluang (koperasi, umkm, pelaku usaha, pengambil keputusan) tersebut dimana mempunyai karakteristik yang beragam. Sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan untuk keputusan pembelian majalah di daerah lainnya.
- c. Penelitian ini terbatas hanya menggunakan 3 variabel sehingga kesimpulan yang bisa didapatkan hanya sebatas variabel yang diteliti saja yaitu harga, kualitas produk, dan promosi.

## V.2. Saran

Dari simpulan yang telah diuraikan di atas, maka penulis dapat memberikan saran terkait hasil penelitian yang diharapkan bisa berguna dan bermanfaat umumnya bagi pembaca serta peneliti selanjutnya serta khususnya untuk majalah peluang dan para konsumen berlangganan dan target pasar majalah peluang (koperasi, umkm, pelaku usaha, pengambil keputusan) sebagai berikut:

- a. Untuk majalah peluang, dari hasil penelitian yang telah dilakukan penulis menyarankan agar lebih menggunakan bahan kertas yang lebih baik lagi dalam pembuatan majalah agar para konsumen lebih merasa puas.
- b. Untuk majalah peluang agar meningkatkan atau memperbaiki promosi melalui media masa dikarenakan skor yang masih rendah berdasarkan hasil nilai *lodaing factor outer model* mengenai pemasaran secara langsung.
- c. Untuk peneliti selanjutnya penulis menyarankan agar peneliti menambahkan beberapa variabel bebas yang lebih bervariasi atau belum digunakan dalam penelitian ini seperti citra merek, distribusi produk dan variabel lainnya serta memperluas cakupan wilayah penelitian dan menambah jumlah sampel yang digunakan untuk diteliti agar dapat mengetahui pengaruh variabel keputusan pembelian lebih dalam lagi dan lebih akurat pada penelitian.