

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari rumusan masalah yang diajukan, analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulannya sebagai berikut :

5.1.1 Pengaruh *Positioning* terhadap Keputusan Pembelian di PT. My Icon Technology Cabang Sumbagsel

Dari hasil perhitungan regresi, maka diperoleh koefisien 0,104, selain itu memiliki nilai t_{hitung} sebesar $2,298 > t_{tabel}$ 1,672 serta memiliki signifikansi sebesar 0,00 yang lebih kecil dari 0,05, hal ini berarti bahwa *positioning* (X_1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di PT. My Icon Technology Cabang Sumbagsel.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.4 diatas maka nilai koefisien korelasi 3 butir pernyataan yang terletak pada kolom "*corrected item total correlation*" dapat dilihat bahwa 3 pernyataan kuesioner memiliki $r > 0,2521$. maka semua *item* dapat dinyatakan valid.

Berdasarkan hasil analisis realibilitas dapat dilihat bahwa variabel *positioning* sebesar 0,824 variabel kualitas pelayanan sebesar 0,765 dan variabel keputusan pembelian 0,439 sehingga dapat disimpulkan bahwa *cronbach alpha* untuk masing – masing variabel $>0,6$ sehingga dapat dinyatakan *reliabel*.

Berdasarkan hasil analisis maka dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang positif antara *positioning* terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis terdapat pengaruh positif. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis korelasi person variabel *positioning* terhadap keputusan pembelian menunjukkan angka 0,147 ($r = 0,147$ $p = 0,00$ signifikan $p < 0,05$)
Berdasarkan hasil analisis dari persamaan regresi linier berganda, yaitu
$$\text{Keputusan pembelian} = 12,763 + 0,101 X_1 + 0,237 X_2$$
 menyatakan bahwa konstanta sebesar 12,763 dan penambahan faktor *positioning* dan kualitas pelayanan mampu mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,101 dan 0,237 di PT. My Icon Technology Cabang Sumbagsel. Dengan demikian, *positioning* mampu mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga tercapainya tujuan dari PT. My Icon Technology Cabang Sumbagsel.

5.1.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di PT. My. Icon Technology Cabang Sumbagsel

Dari hasil perhitungan regresi, maka diperoleh koefisien 1,996, selain itu memiliki nilai t_{hitung} sebesar $1,996 > t_{tabel}$ 1,672 serta memiliki signifikansi sebesar 0,00 yang lebih kecil dari 0,05, hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di PT. My Icon Technology Cabang Sumbagsel.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.5 diatas maka nilai koefisien korelasi 5 butir pernyataan yang terletak pada kolom "*corrected item total*

correlaction” dapat dilihat bahwa 5 pernyataan kuesioner memiliki $r > 0,2521$. maka semua *item* dapat dinyatakan valid.

Berdasarkan hasil analisis realibilitas dapat dilihat bahwa variabel *positioning* sebesar 0,824 variabel kualitas pelayanan sebesar 0,765 dan variabel keputusan pembelian 0,439 sehingga dapat disimpulkan bahwa *cronbach alpha* untuk masing – masing variabel $>0,6$ sehingga dapat dinyatakan *reliabel*.

Berdasarkan hasil analisis maka dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang positif antara *positioning* terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis terdapat pengaruh positif. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis korelasi person variabel *positioning* terhadap keputusan pembelian menunjukkan angka 0,147 ($r = 0,147$ $p = 0,00$ signifikan $p < 0,05$ *Positioning* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di PT. My Icon Technology Cabang Sumbagsel sebesar 11,1% sedangkan sisanya sebesar 88,9% yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kualitas pelayanan.

Berdasarkan hasil analisis dari persamaan regresi linier berganda, yaitu keputusan pembelian = $12,763 + 0,101 X_1 + 0,237 X_2$ menyatakan bahwa konstanta sebesar 12,763 dan penambahan faktor *positioning* dan kualitas pelayanan mampu mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,101 dan 0,237 di PT. My Icon Technology Cabang Sumbagsel. Dengan demikian,

positioning mampu mempengaruhi keputusan pembelian , sehingga tercapainya tujuan dari PT. My Icon Technology Cabang Sumbagsel.

5.1.3 Pengaruh *Positioning* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di PT. My Icon Technology Cabang Sumbagsel.

Berdasarkan hasil regresi di dapatkan nilai konstan 12,763 ini berarti jika *positioning* dan kualitas pelayanan konstan (0) maka nilai keputusan pembelian sebesar 0,103 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *positioning* dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT. My Icon Technology Cabang Sumbagsel karena jika tidak ada *positioning* dan kualitas pelayanan berpengaruh maka keputusan pembelian sangatlah kecil sebesar 0,103, selain itu semua variabel memiliki t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} dan f_{hitung} yang lebih besar dari f_{tabel} serta memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari pada 0,05. Ini menunjukkan bahwa pengaruh *positioning* dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT. My Icon Technology berpengaruh baik secara parsial maupun simultan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil peneliti tersebut, masih terdapat beberapa hal yang masih belum optimal, sehingga peneliti dapat memberi saran sebagai berikut:

5.2.1 Bagi PT. My Icon Technology Cabang Sumbagsel mampu mempertahankan atau bahkan meningkatkan lagi faktor-faktor yang mendukung kepercayaan seperti kinerja pelayanan terbaik. Dan disarankan lebih meningkatkan lagi

faktor-faktor yang mendukung seperti perasaan nyaman ketika bertransaksi yang komunikatif dan perhatian terhadap konsumen.

5.2.2 Penelitian selanjutnya dapat memperbaiki keterbatasan yang ada dalam penelitian ini dan memperbanyak jumlah sampel dan cara pengambilan data untuk mendapatkan hasil yang menyeluruh.