

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Beberapa uji statistik, penelitian ini mengeksplorasi secara empiris pengaruh segmentasi pasar, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian batik.

Uji yang digunakan yaitu uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas), uji hipotesis secara parsial (uji t) untuk mengetahui secara parsial antara X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y dan uji hipotesis secara simultan (uji F) untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama atau simultan antara variabel X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y. hasil penelitian menunjukkan bahwa:

1. Pengaruh segmentasi pasar, terhadap keputusan pembelian batik secara parsial variabel X_1 berpengaruh signifikan terhadap Y. terlihat t_{hitung} X_1 sebesar 9.495,. Dengan menggunakan tingkat signifikan $\alpha = 10\%$ dan derajat kebebasan $(df) = 110 - 1 - 1 = 108$, untuk t_{tabel} dilakukan uji satu sisi, maka diperoleh hasil t_{tabel} sebesar 1,660 (dilihat pada

lampiran). Dapat diartikan X1 berpengaruh positif terhadap Y karena $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($9.495 > 1,660$). Dapat diartikan berpengaruh signifikan Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 diterima.

2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian batik berpengaruh signifikan. terlihat X2 sebesar 1.722 dengan menggunakan tingkat signifikan $\alpha = 10\%$ dan derajat kebebasan (df) = $110-1-1 = 108$, untuk t_{tabel} dilakukan uji satu sisi, maka diperoleh hasil t_{tabel} sebesar 1,660 (dilihat pada lampiran). T_{hitung} variabel X2 didapat $1.722 > 1.660$ dapat diartikan berpengaruh positif Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_2 diterima.

3. Pengaruh kualitas produk, terhadap keputusan pembelian batik secara parsial variabel X3 berpengaruh signifikan terhadap Y. terlihat X3 sebesar 8.146 dengan menggunakan tingkat signifikan $\alpha = 10\%$ dan derajat kebebasan (df) = $110-1-1 = 108$, untuk t_{tabel} dilakukan uji satu sisi, maka diperoleh hasil t_{tabel} sebesar 1,660 (dilihat pada lampiran). T_{hitung} variabel X3 didapat $8.146 > 1.660$ dapat diartikan berpengaruh positif Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_3 diterima.

Adapun besarnya pengaruh segmentasi pasar, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian batik dengan uji koefisien determinasi (*R square*) sebesar nilai koefisien determinasi sebesar 0,931 artinya 93.1% variabel Y (keputusan pembelian) dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel X1 (segmentasi pasar) X2 (Harga) dan X3 (Kualitas produk) dengan demikian sisanya sebesar 6,9 % tidak dipengaruhi oleh variabel segmentasi pasar (X1) variabel harga (X2) dan variabel kualitas produk (X3). Atau dipengaruhi oleh hal-hal lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

B. Saran

1. Industri batik Banten diharapkan lebih memberikan kualitas dan pelayanan yang baik untuk kepuasan konsumen, dan memberikan hasil produksi yang maksimal agar batik Banten dapat dikenal luas oleh seluruh kalangan atau segmen. Sehingga dengan kualitas yang baik, harga yang terjangkau dapat diminati oleh semua kalangan dan dapat meningkatkan penjualan yang jauh lebih besar.

2. Diharapkan batik Banten memiliki desain batik yang elegan dan menyesuaikan dengan segmen pasarnya. Agar semua kalangan gemar mengenakan batik dan batik tidak lagi diakui oleh negara lain.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel-variabel lain dan memperkaya teori dalam skripsi ini dengan menggunakan metode penelitian yang lebih lengkap lagi.