

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Sebagai akhir dari penulisan dalam bab ini disampaikan beberapa kesimpulan, dan saran yang relevan bagi penelitian yang akan datang sesuai dengan hasil penelitian analisis data yang telah dilakukan.

6.1 Kesimpulan

1. Variabel *marketing mix* (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) produk roti di pabrik roti DND Bakery Pekanbaru dengan nilai $t_{hitung} (3,081) > t_{tabel} (1,985)$, dan signifikan $(0,003) < (0,05)$.
2. Variabel atribut produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) produk roti di pabrik roti DND Bakery Pekanbaru dengan nilai $t_{hitung} (3,297) > t_{tabel} (1,985)$, dan signifikan $(0,001) < (0,05)$.
3. Variabel psikologis konsumen (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) produk roti di pabrik roti DND Bakery Pekanbaru dengan nilai $t_{hitung} (3,551) > t_{tabel} (1,985)$, dan signifikan $(0,001) < (0,05)$.
4. Berdasarkan statistik F hitung sebesar $(59,996) > F$ tabel sebesar $(2,669)$ dengan signifikansi probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat diambil kesimpulan hipotesis diterima, dimana variabel-variabel bebas yaitu

marketing mix, atribut produk dan psikologis mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian konsumen.

5. Pengaru *marketing mix*, atribut produk dan psikologis konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen di pabrik roti DND Bakery Pekanbaru adalah sebesar 64,1%, sedangkan sisanya 35,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

6.2 Saran

1. Bagi perusahaan DND Bakery yang berlokasi di Jl. Melur Kompleks Kehutanan No.16 Kel. Sidomulyo Barat Kec. Tampan Panam Pekanbaru yang melaksanakan strategi dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian konsumen melalui strategi pemasaran tersebut dengan memperbaiki kekurangan antara lain: dengan menambahkan lebih banyak varian rasa, dan juga membuat bentuk dan desain dari produk roti DND Bakery tersebut lebih menarik lagi.
2. Semakin ketatnya persaingan produk roti di Pekanbaru, maka perlu untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk roti DND Bakery dengan membuat pelayanan konsumen yang lebih efektif dan efisien.
3. Keberhasilan perusahaan mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen dengan melakukan inovasi baru pada suatu produk.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.