

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Terdapat Pengaruh Persepsi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Buku Referensi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2017 Universitas Jambi dengan nilai p-value signifikansi variabel Persepsi Produk sebesar $0,046 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan antara Persepsi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Buku Referensi Pada Mahasiswa pendidikan Ekonomi Angkatan 2017 Universitas Jambi.
2. Terdapat Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Buku Referensi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2017 Universitas Jambi dengan nilai p-value signifikansi variabel Persepsi Harga sebesar $0,015 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan antara Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Buku Referensi Pada Mahasiswa pendidikan Ekonomi Angkatan 2017 Universitas Jambi.
3. Terdapat Pengaruh Persepsi Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Buku Referensi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2017 Universitas Jambi. Kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dapat dilihat dari nilai

Nagelkerke R Square. Bahwa kemampuan variabel persepsi produk dan persepsi harga dalam menjelaskan variabel keputusan pembelian buku referensi adalah sebesar 0,293. Nilai koefisien determinasi yang belum mencapai angka 1 atau 100% menandakan bahwa masih terdapat faktor-faktor lain yang turut mempengaruhi keputusan pembelian buku referensi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, ada beberapa hal yang penulis sarankan antara lain:

1. **Bagi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jambi**

Diharapkan kepada mahasiswa untuk bisa mengatur keuangannya lebih baik agar dapat digunakan untuk hal-hal penting seperti membeli buku referensi. Hal tersebut dikarenakan buku merupakan sumber informasi dan bahan acuan yang penting dalam proses belajar dan pembelajaran mahasiswa. Dengan memiliki buku referensi secara pribadi (membeli) membuat penggunaan buku referensi tersebut akan lebih maksimal.

2. **Bagi Penjual atau penerbit buku**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai persepsi produk dan persepsi harga buku referensi pada mahasiswa, dilihat dari bagaimana mahasiswa memutuskan untuk membeli buku referensi maka peneliti menyarankan kepada (produsen) penjual ataupun penerbit buku agar lebih

meningkatkan lagi kualitas dari produk buku yang dipasarkan hingga mempengaruhi keberhasilan produk buku sebagai persepsi produk yang positif bagi mahasiswa. Selain itu peneliti juga menyarankan agar dapat mengendalikan harga produk buku referensi supaya harga buku dapat terjangkau dikalangan mahasiswa dan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas yang didapatkan oleh mahasiswa sehingga mahasiswa akan memandang harga sebagai sesuatu yang pantas dikeluarkan untuk mendapatkan manfaat yang setimpal.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian selanjutnya yang akan meneliti dengan masalah yang sama, diharapkan dapat melakukan eksplorasi lebih luas lagi pada aspek yang lain selain persepsi produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian buku referensi. Misalnya pemanfaatan beasiswa untuk memenuhi kebutuhan buku referensi, dan beberapa faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian buku referensi pada mahasiswa.