

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dengan melakukan uji pada penelitian ini serta didukung oleh penelitian terdahulu terhadap variabel kualitas produk, persepsi harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis tidak terbukti, yaitu semakin tinggi kualitas produk tidak menaikkan nilai keputusan pembelian Sepatu Bata.
2. Persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis terbukti, yaitu semakin tinggi persepsi pelanggan sepatu bata, semakin tinggi pula keputusan pembelian.
3. Promosi memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis tidak terbukti, yaitu semakin tinggi promosi yang dirasakan konsumen, tidak membuat tinggi keputusan pembelian konsumen Sepatu Bata.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan maka peneliti memberikan saran kepada bagi Sepatu Bata antara lain:

1. Dalam hal ini perlu diperhatikan dari segi kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu bata yaitu perlu meningkatkan atau mempertahankan kualitas produk dengan melakukan inovasi produk untuk umpan balik pelanggan dan keberlanjutan perusahaan, karena kualitas produk yang baik dapat meningkatkan kepuasan pada pelanggan produk sepatu bata.
2. Dalam hal ini perlu diperhatikan dari segi persepsi harga terhadap

keputusan pembelian pada produk sepatu bata untuk menjaga harga sepatu bata agar bisa kompetitif dan menyesuaikan harga sepatu lain dengan kondisi pasar dan daya beli pelanggan.

3. Dalam hal ini perlu diperhatikan dari segi promosi terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu bata yaitu perlu meningkatkan daya tarik dalam hal mempromosikan produk sepatu bata untuk membuat pelanggan tertarik produk sepatu bata.

