

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisa data, serta pembahasan yang disertai oleh teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Fashion Bekas (*Thrifting*) Di Instagram NationalSecond Branded. maka dalam penelitian ini dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk *thrift* di instagram NationalSecond Branded. Kualitas Produk terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk *thrift* di instagram NationalSecond Branded. Kualitas Pelayanan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
3. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk *thrift* di instagram NationalSecond Branded. Persepsi Harga terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan sebelumnya, maka penulis mencoba memberikan beberapa saran kepada pemilik usaha NationalSecond Branded sebagai bahan pertimbangan dan sekiranya dapat bermanfaat untuk mempertahankan serta meningkatkan keputusan pembelian, diantaranya sebagai berikut:

1. Kepada pemilik usaha NationalSecond Branded disarankan untuk meningkatkan dan menyortir lagi kualitas produk yang dijual agar lebih unggul dari competitor dikarenakan menurut hasil penelitian pernyataan bahwa produk di thrift shop NationalSecond Branded memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan produk serupa dari pesaing memiliki hasil mean paling rendah dibandingkan pernyataan yang lain.
2. Kualitas Pelayanan yang diberikan kepada konsumen hendaknya tetap dipertahankan, dan dapat ditingkatkan lagi dengan cara selalu memberikan pelayanan yang cepat saat konsumen menanyakan informasi terkait harga dan pengiriman produk. Selalu tepati janji dan komitmen yang kalian buat dengan konsumen karena menurut hasil penelitian pernyataan tersebut memiliki hasil mean paling rendah.
3. Menurut hasil penelitian, pada variabel persepsi harga dengan indikator diskon perlu dipertahankan karena indikator ini memiliki hasil mean paling tinggi dan memiliki kontribusi besar untuk meningkatkan keputusan pembelian.