

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan sebelumnya mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vans Di Jakarta Selatan, maka ditarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. Berdasarkan dari hasil penelitian dan hasil uji menunjukkan bahwa variabel independen Kualitas Produk (X1) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) Sepatu Vans di Jakarta Selatan. Artinya semakin meningkatnya Kualitas Produk, maka semakin besar pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian.
2. Berdasarkan dari hasil penelitian dan hasil uji menunjukkan bahwa variabel independen Citra Merek (X2) memberikan pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) Sepatu Vans di Jakarta Selatan. Artinya semakin meningkatnya Citra Merek, maka semakin besar pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian.
3. Berdasarkan dari hasil penelitian dan hasil uji menunjukkan bahwa variabel independen Persepsi Harga (X3) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) Sepatu Vans di Jakarta Selatan. Artinya semakin meningkatnya Persepsi Harga, maka semakin besar pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian.

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, Kemudian dapat diajukan rekomendasi yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya berkaitan dengan Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Pada Indikator Kinerja (performance) pada Variabel Kualitas Produk (X1) memiliki nilai yang rendah berdasarkan hasil dari rata rata setiap indikator

pada variabel X1, Hal ini menjadi fokus utama Sepatu Vans untuk bisa menaikan atensi terhadap Kinerja (Performance) Produk dengan Fokus pada inovasi material dan teknologi untuk meningkatkan kinerja sepatu Vans, seperti peningkatan daya tahan sol, peningkatan kenyamanan, dan teknologi yang mendukung performa. supaya kedepanya dapat meningkatkan Keputusan Pembelian.

2. Pada Indikator Brand Favorability (Kesukaan/Keunggulan Merek) pada Variabel Citra Merek (X2) memiliki nilai yang rendah berdasarkan hasil dari rata rata setiap indikator pada variabel X2, Hal ini menjadi fokus utama Sepatu Vans untuk bisa menaikan atensi terhadap Brand Favorability Sepatu Vans dengan cara memberikan gaya yang ikonik Sepatu Vans yang dapat membedakan merek dari pesaing. supaya kedepanya dapat meningkatkan Keputusan Pembelian.
3. Pada Indikator Efektivitas Biaya pada Variabel Persepsi Harga (X3) memiliki nilai yang rendah berdasarkan hasil dari rata rata setiap indikator pada variabel X3, maka dari itu penulis menganjurkan Sepatu Vans bisa menaikan atensi terhadap Efektivitas Biaya dengan cara memberikan harga yang lebih beragam untuk menjangkau berbagai segmen pasar. supaya kedepanya dapat meningkatkan Keputusan Pembelian.

