

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya yang sudah dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Adidas di Jakarta Selatan dapat disimpulkan bahwa :

1. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga adidas di Jakarta Selatan. Hal ini menunjukkan kualitas yang konsisten dan dapat diandalkan ini menjadi faktor penting yang mempengaruhi konsumen dalam membuat keputusan pembelian.
2. Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga adidas di Jakarta Selatan. Semakin baik persepsi dalam benak konsumen ketika mempertimbangkan kesesuaian harga dengan manfaat dimana manfaat yang dirasakan ketika membeli produk tersebut sesuai dengan nominal yang dikeluarkan. Maka, pertimbangan dalam membuat keputusan juga semakin meningkat.
3. Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga adidas di Jakarta Selatan. Semakin tepat sasaran dalam melakukan promosi yang dilakukan baik melalui media sosial atau papan iklan reklame, akan semakin meningkatkan keputusan seseorang dalam melakukan pembelian.

B. Saran

Berdasarkan penemuan yang dilakukan dalam penelitian dan hasil kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis mencoba menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat bermanfaat dan dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk produsen maupun pihak yang bergelut dibidang pemasaran dalam memunculkan keputusan pembelian konsumen :

1. Bagi Perusahaan

- a. Berdasarkan hasil penelitian dari variabel kualitas produk dapat mempengaruhi peningkatan keputusan pembelian. Dari hasil penelitian tersebut penulis menyarankan kepada perusahaan untuk terus melakukan inovasi dan pengembangan dalam aspek kualitas produk, khususnya dalam hal teknologi dan kenyamanan sepatu olahraga. Peningkatan standar kualitas bahan dan proses produksi juga perlu diperhatikan untuk mempertahankan daya tahan produk.
- b. Berdasarkan hasil penelitian dari variabel persepsi harga dapat mempengaruhi peningkatan keputusan pembelian. Dari hasil penelitian tersebut penulis menyarankan kepada perusahaan bisa mempertimbangkan untuk menawarkan berbagai pilihan produk dengan rentang harga yang berbeda, agar dapat menjangkau segmen pasar yang lebih luas.
- c. Berdasarkan hasil penelitian dari variabel promosi dapat mempengaruhi peningkatan keputusan pembelian. Dari hasil penelitian tersebut penulis menyarankan kepada perusahaan dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan kolaborasi dengan influencer atau atlet lokal untuk memperkuat kampanye promosi, serta mengadakan event-event olahraga yang dapat meningkatkan engagement dengan konsumen.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan perlu dilakukan penelitian pada variabel lainnya untuk dapat mengetahui faktor – faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.