

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Store Pull & Bear Plaza Ambarruko Yogyakarta.
2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Store Pull & Bear Plaza Ambarruko Yogyakarta.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Store Pull & Bear Plaza Ambarruko Yogyakarta.
4. Kualitas produk, citra merek dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Store Pull & Bear Plaza Ambarruko Yogyakarta.
5. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Store Pull & Bear Plaza Ambarruko Yogyakarta yaitu variabel promosi.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya meliputi pengaruh kualitas produk, citra merek, dan promosi dengan nilai koefisien determinasi sebesar 63,4%. Artinya 36,6% terhadap keputusan pembelian dipengaruhi faktor lain, misalnya lokasi, harga, *physical evidence* dan minat beli.

2. Responden penelitian terbatas pada Mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi kampus III Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian terhadap produk Fashion Pull & Bear Plaza Ambarrukmo Yogyakarta. Disarankan penelitian selanjutnya untuk mengambil sample penelitian dalam ukuran yang lebih besar dan pada wilayah yang lebih luas sehingga dapat digeneralisasi.

C. Saran

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel kualitas produk dapat ditunjukkan bahwa penilaian terendah atau yang belum sesuai dengan keputusan pembelian terletak pada indikator Profesionalisme pelayanan yang disampaikan karyawan Pull and Bear kepada konsumen dan Keandalan bahan baku. Oleh karna itu disarankan Store Pull & Bear Plaza Ambarruko Yogyakarta meningkatkan profesionalisme karyawan demi pelayanan kepada konsumen dan menjaga kualitas barangnya agar selalu terjaga dari barang yang cacat atau rusak baik ketika masih di gerai Pull & Bear maupun dalam jangka waktu setelah produk dibeli, sehingga dapat menarik pembelian konsumen di kemudian hari.
2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel citra merek dapat ditunjukkan bahwa penilaian terendah atau yang belum sesuai dengan keputusan pembelian terletak pada indikator citra produk fashion Pull and Bear memiliki desain dan kualitas yang bagus. Oleh karna itu disarankan Store Pull & Bear Plaza Ambarruko Yogyakarta memperhatikan desain dan kualitas produknya, mengikuti perkembangan

jaman pada setiap desain di produknya untuk menaruh citra produk baik yang di jual Pull & Bear pada benak konsumen. Langkah ini diharapkan dapat meningkatkan pembelian konsumen di Pull & Bear Plaza Ambarruko Yogyakarta.

3. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel promosi dapat ditunjukkan bahwa penilaian terendah atau yang belum sesuai dengan keputusan pembelian terletak pada indikator Produk Pull and Bear sangat sering dipromosikan melalui penayangan iklan disejumlah media. Oleh karna itu disarankan Store Pull & Bear Plaza Ambarruko Yogyakarta untuk lebih sering mempromosikan produk-produknya disejumlah marketplace yang sudah tersedia. Langkah ini diharapkan dapat meningkatkan pembelian konsumen di Pull & Bear Plaza Ambarruko Yogyakarta.