

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **1.1. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data yang digunakan peneliti terhadap variabel-variabel tentang pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian di toko *Online* Ratuvintage\_Prastiwi, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di toko *Online* Ratuvintage\_Prastiwi.
2. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di toko *Online* Ratuvintage\_Prastiwi.
3. Variabel citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di toko *Online* Ratuvintage\_Prastiwi.
4. Variabel kualitas produk, harga dan citra merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di toko *Online* Ratuvintage\_Prastiwi.
5. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko *Online* Ratuvintage\_Prastiwi adalah kualitas produk.

#### **5.2. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti memiliki keterbatasan seperti:

1. Faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen masih sebatas pada faktor eksternal yang bersumber dari pihak

pemasar seperti: produk, harga, citra merek. Sedangkan faktor internal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti: motivasi pembelian, kepercayaan konsumen ataupun gaya hidup konsumen belum dilibatkan dalam penelitian ini.

2. Responden masih sebatas pada sampel responden yang melakukan pembelian di toko pada kurun waktu tertentu yaitu bulan Oktober-Maret sehingga tidak menggambarkan perilaku konsumen diluar jangka waktu amatan/penelitian

### **5.3. Saran**

Berdasarkan kesimpulan pada penelitian ini, maka peneliti menyampaikan beberapa saran seperti berikut:

- a. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel kualitatif produk ditunjukkan bahwa kualitas produk yang berupa adanya cacat produk pakaian yang ditawarkan oleh toko *online* ratuvintage\_prastiwi secara rata-rata dinilai paling rendah oleh konsumen. untuk itu pihak manajemen toko *online* ratuvintage\_prastiwi perlu menerapkan quality control yang ketat dalam seleksi produk fashion yang akan ditawarkan pada kosumen seperti kerapihan kualitas jahitan sehingga dapat semakin mendorong tingginya tingkat keputusan pembelian konsumen.
- b. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel harga ditunjukkan bahwa daya tarik harga produk fashion yang ditawarkan oleh toko *online* ratuvintage\_prastiwi dibanding pesaing secara rata-rata dinilai paling

rendah oleh konsumen. Untuk itu pihak manajemen toko *online* ratuvintage\_prastiwi perlu memformulasikan strategi harga yang lebih menarik dibanding pesaing seperti strategi potongan harga kuantitas yakni membeli 2 produk fashion gratis 1. Sebelum menetapkan strategi harga tersebut maka toko *online* ratuvintage\_prastiwi perlu melakukan survey terhadap pesaing terdekat agar mengetahui harga yang ditetapkan oleh para pesaing

- c. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel citra merek ditunjukkan bahwa popularitas merek produk fashion yang ditawarkan oleh toko *online* ratuvintage\_prastiwi secara rata-rata dinilai paling rendah oleh konsumen. Untuk itu pihak manajemen toko *online* ratuvintage\_prastiwi perlu secara intensif mengenalkan merek produk fashion yang ditawarkan oleh toko *online* ratuvintage\_prastiwi melalui promosi di media sosial. Disamping itu testimoni dari para customer juga dapat dimanfaatkan untuk mengenalkan merek produk fashion toko *online* ratuvintage\_prastiwi. Jika tersedia anggaran promosi yg memadai maka dapat memanfaatkan peran celebrity endorser atau influencer untuk mempopulerkan merek produk fashion toko *online* ratuvintage\_prastiwi.