

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai pengaruh *product involvement*, *product knowledge*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Peony *Ecohouse Bulkstore* Yogyakarta sebagai berikut:

1. *Product involvement* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Peony *Ecohouse Bulkstore* Yogyakarta.
2. *Product knowledge* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Peony *Ecohouse Bulkstore* Yogyakarta.
3. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Peony *Ecohouse Bulkstore* Yogyakarta.
4. *Product Involvement*, *product knowledge*, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Peony *Ecohouse Bulkstore* Yogyakarta.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan diantaranya adalah sampel penelitian yang masih terbatas yaitu 100 responden yang telah

membeli di Peony *Ecohouse Bulkstore* Yogyakarta lebih dari satu kali. Sehingga dalam penelitian ini belum dapat digeneralisir mewakili penilaian konsumen secara umum. Akan lebih baik jika menggunakan sampel dari jumlah responden yang lebih banyak lagi.

Kemudian berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel independen yang diteliti dalam penelitian ini (*product involvement*, *product knowledge*, dan kualitas produk) hanya mampu mempengaruhi variabel dependen (keputusan pembelian konsumen) sebesar 49,1%. Sehingga masih ada variabel lain di luar penelitian ini yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa saran dari peneliti agar dapat memberikan manfaat atau hal-hal baik lainnya bagi pihak-pihak terkait yaitu sebagai berikut:

1. Saran untuk Peony *Ecohouse Bulkstore* Yogyakarta

Dalam penelitian ini semua variabel bebas yang diteliti sudah positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga peneliti menyarankan Bagi Peony *Ecohouse Bulkstore* Yogyakarta untuk dapat memperhatikan dan juga meningkatkan strategi pemasaran dari faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga penjualan dapat meningkat. Namun juga tetap menjaga *product involvement*, *product knowledge*, dan kualitas produk yang sudah baik.

2. Saran untuk penelitian selanjutnya

Pada penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambah jumlah sampel lebih banyak lagi. Dan jika peneliti menginginkan menggunakan variabel yang sama disarankan untuk menggunakan indikator yang berbeda. Harapannya, supaya mampu mengembangkan dan mendapatkan hasil penelitian yang berbeda. Serta sangat disarankan untuk menggunakan variabel lain dalam penelitiannya, karena masih ada potensi untuk variabel lain diluar penelitian ini yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.