

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti secara deskriptif dan statistic, maka dapat diambil kesimpulan yakni:

1. Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini menyatakan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga, dan Gaya Hidup secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sepatu Converse di Surabaya.
2. Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini menjabarkan bahwa berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepatu Converse di Surabaya.
3. Variabel yang berpengaruh besar terhadap variabel Kualitas Produk, Harga, dan Gaya Hidup adalah Gaya Hidup karena sangat menentukan konsumen untuk mempengaruhi akan membeli produk Converse atau tidak membeli produk Converse.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka memiliki beberapa keterbatasan pada penelitian, yakni sebagai berikut:

1. Sulitnya untuk menjangkau langsung kepada responden terkait pengambilan data dikarenakan adanya pandemic Covid.
2. Sampel penelitian menggunakan purposive sampling yakni memiliki ketentuan untuk meneliti data dan tidak semua masyarakat bisa mengisi

kuesioner kecuali konsumen yang telah melakukan pembelian di Sepatu Converse kota Surabaya.

3. Harus memiliki pengetahuan untuk memahami lebih dalam mengenai item pernyataan yang diajukan kepada responden

5.3 Saran

Berdasarkan hasil peneliiian yang telah dijabarkan maka peneliti dapat memberikan saran-saran yang dapat bermanfaat untuk pihak-pihak selanjutnya pada penelitian ini. Adapun saran-saran yang diberikan yakni sebagai berikut:

1. Bagi pengambil keputusan pembelian selanjutnya

Pengambil keputusan pembelian perlu meningkatkan pemahaman mengenai kualitas produk agar lebih memahami mengenai kualitas yang terdapat pada produk itu sendiri dan memiliki pengetahuan pada benak konsumen bahwa kualitas produk sangatlah berpengaruh sebelum melakukan eputusan pembelian.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya dianjurkan untuk menambahkan variabel lain yang juga terkait dengan pengaruh terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR RUJUKAN

- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Salatiga). *Muhammad Syariful Anam.*, 4(1), 120–136.
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1611>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*.
- Nasution, A. E., & Nio, S. R. (2019). Hubungan dimensi gaya hidup dengan keputusan pembelian pakaian second hand. *Jurnal Riset Psikologi*, 2019(2).
- Purnama, R., & Pralina, A. R. (2016). Pengaruh direct marketing terhadap keputusan pembelian di Restoran The Centrum Bandung. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 6(1), 973–982.
- Rachmawati, A., Kana, A. A., & Anggarini, Y. (2020). Pengaruh Harga , Kualitas Produk , dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Hijab di Nadiraa Hijab Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis STIM YKPN*, 1(2), 187–200.
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia. *Mbia*, 20(1), 40–50. <https://doi.org/10.33557/mbia.v20i1.1271>
- Suryani, N. I., & Batu, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Kota Bogor. *Jurnal of Management*, 4(2), 254–272. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.787>
- Tarsito, S. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. *Alfabeta. Bandung*.
- Yayuk, S., & Sugiyono, S. (2019). Pengaruh kepemimpinan kepala sekolah dan biaya pendidikan terhadap kualitas proses belajar mengajar dan dampaknya dengan kompetensi lulusan SMK di kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 7(1), 84–96.