

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan oleh peneliti baik secara deskriptif maupun statistik, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian masker Sensi Duckbill di Surabaya.
2. Hasil pengujian hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian masker Sensi Duckbill di Surabaya. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel citra merek secara parsial mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian masker Sensi Duckbill di Surabaya. Hal ini berarti, semakin baik kualitas produk masker Sensi Duckbill akan semakin besar pula. Berbeda dengan citra merek, citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian masker Sensi Duckbill.
3. Variabel yang paling berpengaruh diantara variabel kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian adalah harga. Harga adalah sejumlah uang yang diperlukan untuk memperoleh suatu produk atau jasa yang diinginkan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. *Screening* kurang bisa dilakukan lebih lanjut oleh peneliti karena peneliti tidak bisa melihat karakteristik per individu di tempat yang telah ditetapkan sebagai wilayah penelitiannya di Surabaya, dan ini keterbatasan penggunaan google forms dalam pengumpulan data.
2. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* (atau pengambilan sampel secara acak) dalam pengumpulan datanya sehingga responden kurang bisa di generalisir.
3. Penelitian ini mempunyai keterbatasan hanya mampu menguji pengaruh variabel kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian. Sehingga kurang bisa menjelaskan keseluruhan pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian, oleh karena itu perlu menguji variabel lain .

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran-saran yang dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
 - a) Kualitas Produk

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel kualitas produk adalah variabel yang berpengaruh di dalam penelitian kali ini, sehingga sebaiknya perusahaan menjaga dan meningkatkan kualitas produknya. Contohnya, dengan cara memperbaiki bahan masker yang digunakan agar bisa melindungi konsumen dari paparan Covid-19 varian baru yaitu Omicron, meningkatkan layanan kepada konsumen agar konsumen merasa mendapatkan *value* setelah membeli produk tersebut.

b) Harga

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel harga adalah variabel yang berpengaruh di dalam penelitian kali ini, sehingga sebaiknya perusahaan tetap menjaga kestabilan harga produk dan lebih banyak menawarkan potongan harga pada produk masker Sensi. Contohnya dengan cara memperbanyak potongan harga pada toko offline maupun online agar memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk masker Sensi tersebut.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti Selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti Inovasi Produk, Desain Produk, Kepercayaan, Gaya Hidup. Peneliti juga bisa menggunakan metode data kuesioner seperti penyebaran angket ketika sudah berhentinya pandemic Covid-19 agar data dan informasi yang diharapkan dapat terpenuhi secara cepat dan akurat.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 22, 103-150.
- Agustin, A., Sudarwati, S., & Maryam, S. (2021). Purchase Decision Based on the Brand Image, Product Design and Lifestyle on Converse Shoes in Surakarta. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(1), 53–59. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v5i1.1907>
- Amri, S., & Prihandono, D. (2019). Influence lifestyle, consumer ethnocentrism, product quality on purchase decision through purchase intention. *Management Analysis Journal*, 8(1), 25–38.
- April, V. N., & Darojat, T. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *Jurnal Ilmu Manajemen (JMAS)*. 3(2), 51–57.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik* (Cetakan Kelimabelas. Rineka Cipta. Jakarta.
- Atulkar, S. (2020), "Brand Trust and Brand Loyalty in Mall Shoppers", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 38 No. 5, Pp. 559-572
- Burhan Bungin. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Christina Catur Widayati, Sri Vandayuli Riorini. (2019). The Role of Electronic Word of Mouth In Improving Brand Image of Online Shop. *Jurnal Manajemen*, 23(1), 53. <https://doi.org/10.24912/jm.v23i1.444>
- Creswell, J. W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*, 4 Edition. London: Sage
- Darojat, T. A. (2020). Effect of Product Quality, Brand Image And Life Style Against Buying Decision. *Journal of Management Science (JMAS)*, 3(2), 51–57.
- Deisy, M., Lapian, J., & Mandagic, Y. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai – Gerai Seluler Di It Center Manado. *Jurnal EMBA*, 2288-2297.
- Erlangga, H., Nurjaya, Sunarsi, D., Mas'adi, M., & Jasmani. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Di Pt Panca Sakti Perkasa Di Bintaro. *Jurnal Perkusi*.

- Gai, L., Khairul, M., Bin, A., Ghazali, M., Mui, D., Kee, H., Firdaus, M., Ibrahim, B., Bin, M. Z., Tinggi, S., Abes, T., Stone, K. M., & Prades, U. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap dan Malaysia*. 71–85.
- Gunawan, A. V., Linawati, L., Pranandito, D., & Kartono, R. (2019). The Determinant Factors of E-Commerce Purchase Decision in Jakarta and Tangerang. *Binus Business Review*, 10(1), 21–29. <https://doi.org/10.21512/bbr.v10i1.5379>
- Gunawan, A. C., & Susanti, F. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang.
- Harahap, D. A., Bandung, U. I., Amanah, D., & Indonesia, U. P. (2020). Determinants of Consumer Purchase Decision in SMES. *Researchgate*, 9(March).
- Imam Ghazali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 21. Semarang : BP Universitas Diponegoro
- Imran, H. (2017). The Role of Sampling and Data Distribution In Communication Research Quantitative Approach. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, Vol.21, 111–126.
- Juliansyah Noor. 2011. *Metodologi penelitian*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Kurnianingsih, W., & Sugiyanto. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Nestle Indonesia . *Prosiding Seminar Nasional Humanis*.
- Mudrajad Kuncoro. 2013 . *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* . Jakarta : Airlangga
- Pramaisella, O. (2019). Influence Of Brand Image, Price, And Product Quality on Shopee User Purchase Decision (Shopee User Study in Jabodetabek). 1, 1–22.
- Rivai, J., & Zulfitri. (2021). The Role of Purchasing Decisions Mediating Product Quality, Price Perception, and Brand Image on Customer Satisfaction of Kopi Janji Jiwa. *Journal of Business and Management Studies*, 3(2), 31–42. <https://doi.org/10.32996/jbms.2021.3.2.4>
- Rosillo-Díaz, E., Blanco-Encomienda, F. J., & Crespo-Almendros, E. (2020). A cross-cultural analysis of perceived product quality, perceived risk and

purchase intention in e-commerce platforms. *Journal of Enterprise Information Management*, 33(1), 139–160. <https://doi.org/10.1108/JEIM-06-2019-0150>

- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Graha Ilmu
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- (2017). *Cara Mudah Belajar SPSS & LISREL: Teori Aplikasi Untuk Analisis Data Penelitian*. Jakarta: Erlangga.
- (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Kedua, Cetakan ke-1 ed.). Alfabeta. Bandung
- Syofian Siregar. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif (Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS). Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Waluya, A. I., Iqbal, M. A., & Indradewa, R. (2019). How product quality, brand image, and customer satisfaction affect the purchase decisions of Indonesian automotive customers. *International Journal of Services, Economics and Management*, 10(2), 177–193. <https://doi.org/10.1504/IJSEM.2019.1>