

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan analisis dan pembahasan analisis pengujian hipotesis yang telah dijelaskan di atas maka diajukan beberapa kesimpulan yaitu:

1. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Ardilles di Kota Padang
2. Citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepatu merek Ardilles di Kota Padang
3. Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Ardilles di Kota Padang

5. 2 Implikasi

1. Disarankan kepada pihak (ardilles) untuk mempertahankan kualitas produk dari sepatu ardilles sehingga mampu memenuhi harapan konsumen agar terciptanya keputusan pembelian oleh konsumen.
2. Disarankan kepada pihak (ardilles) untuk selalu menjaga dan terus untuk meningkatkan citra merek yang telah ada agar menjadi merek yang mampu bersaing dengan kompetitor lain untuk memenuhi kebutuhan konsumen

3. Disarankan kepada (ardilles) untuk dapat menyesuaikan harga yang terjangkau di pasaran sehingga dapat dibeli oleh semua kalangan

5.3 Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka beberapa keterbatasan dan saran yang dapat di berikan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya memfokuskan pada sepatu merek Ardilles, sehingga hasil penelitian tidak sama dengan produk sepatu lainnya. Dengan demikian, disarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat melakukan penelitian dengan model yang sama terhadap objek yang berbeda
2. Penelitian selanjutnya disarankan agar dapat mengembangkan model penelitian ini dengan menambahkan variabel lain baik yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen maupun variabel yang menjadi akibat dari keputusan pembelian.
3. Jumlah responden pada penelitian ini hanya sebanyak 80 orang atau masih tergolong kecil. Dengan demikian, disarankan kepada peneliti berikutnya agar dapat menggunakan jumlah responden yang lebih besar.

4. Teknik analisis data dalam pengujian hipotesis masih menggunakan program SPSS. Dengan demikian, peneliti berikutnya disarankan agar menggunakan jenis program lainnya seperti S m a r t – PLS atau Amos.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusani, D. (2020). Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Skechers Di Tunjungan Plaza Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9.
- Agussalim, A. (2017). Model Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Merek Pada Giant Citra Raya Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 21(3), 317-335.
- Aldoko, S. (2016). Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi 2012/2013 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Produk Tupperware). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 40(2), 17-23.
- Amalia, & Nasution . (2017). Pengaruh Citra Merek , Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1), 8-21.
- Anggraini. (2018). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Memilih Minuman Pengganti Ion Tubuh/ Isotonic Merek Mizone. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya* , 01.
- Arianto . (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Pengguna Mas Cleaner. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5.
- Arif. (2021). *Bisnis Waralaba*. Universitas Brawijaya Press.
- Arinawati. (2021). *Penataan Produk SMK/MAK KELAS XII*. Jakarta: Gramedia Widisarana.
- Ariyanti. (2016). Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Prosiding Dies Natalis Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 76-87.
- Arraniri , & Iqbal . (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan pelanggan Generasi milenial*. Insania.
- Asoloei . (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk . *ejournal* .

- Astuti , & Abdullah . (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), 14-23.
- Ariella, I. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Start- Up Bisnis*, 3(2).
- Astuti. (2020). *Manajemen Pemasaran, UMKM dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: Deepublish.
- Astuti.M, M. (2021). *Penataan Produk SMK/MAK KELAS XII*. Jakarta : Gramedia Widiasarana .
- Akbar, & Haryoko. (2020). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dan Harga Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Alfamart Cabang Cikokol Tangerang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(2).
- Daga. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Gowa: 2017.
- Daryanto. (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Dikdik Gunawan . (2022). *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing* . PT inovasi pratama internasional .
- Fahmi . (2016). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Tribun Medan. *Jurnal Ilmiah Arsitek*, 1(1), 65-72.
- Firmansyah.A. (2019). *Perilaku Konsumen, Sikap dan Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gunandi. (2017). Pengaruh Perceived Quality Terhadap Brand Loyalti dengan Brand Image dan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Merek Laptop Buatan Indonesia. *Petra Bussines and management Review*, 3(2), 84- 105.
- Habibah. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(01).

- Hakiem . (2022). Pengaruh Persepsi Konsumen, Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal SkinCare SR12. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5.
- Harjadi , & Arraniri . (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial* . Insania .
- Hasbi . (2021). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsuemen . *Manajemen ekonomi dan bisnis* .
- Hutami. (2021). Analisis pengaruh citra merek ,kepercayaan merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu specs (studi kasus pada konsumen sepatu specs di kota Lombok Timur). *Jurnal Manajemen dan Sains*, 6(1), 172-181.
- Khalik . (2022). *PENETAPAN ATRIBUT PRODUK DAN HARGA TERHADAP PENCIPTAAN NILAI SERTA DAMPAKNYA PADA KINERJA PEMASARAN*. Cirebon: Insania .
- Kotler, P., & Amstrong . (2016). *Marketing Management* (15 ed.). PT Index Kelompok Gramedia.
- Kurniawan. (2021). Pengaruh Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty Melalui Mediasi Brand Image dan Brand Trust. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(2), 228-239.
- Lubis . (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal AKMAMI*, 2(2), 204-219.
- Lestari, W. R. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9(7).
- Malau. (2017). *Manajemen pemasaran dan teori dan aplikasi pemasaran era tradisional sampai era modernisasi global* . Bandung : Alfabeta.
- Mongosidi, S. J. (2019). Pengaruh Lifestyle dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike(Studi Kasus Manado Town Square). *Jurnal EMBA*, 7(3).
- Nasution . (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen*, 8-21.

- Niken . (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia*, 6.
- Pratami. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Scoopy Pada PT Mertha Buana Motor Singaraja. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1).
- Puspita, & Rahmawan. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2).
- Pradana., D. (2017). Pengaruh Harga Kualitas Produk dan citra merek Brand image terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 18.
- Purnama, & Rialdy. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Alat-Alat Bangunan Pada PT. Rodes Chemindo Medan. *1(1)*, 175.
- Ramli, R. A. (2018). Pengaruh Harga Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Fladeo . *Jurnal Equilibra* .
- Rizal. (2020). *Manajemen pemasaran di era masyarakat industri 4.0*. Deepublish.
- Sangadji & Sopiha. (2013). Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai :Himpunan. *jurnal penelitian*.
- Setyani , & Prabowo. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas .
- Sijabat, Y. P. (2022). citra merek dan harga dalam mempengaruhi keputusan pembelian sepatu ventela di magelang. *jurnal sinar manajemen*, 09.
- Sofira , & Aloyna. (2021). Pengaruh, Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada PT ALAMJAYA WIRASENTOSA KABANJAHE. *Jurnal Manajemen*, 7.
- Shofiyana. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Youth & Islamic Economic Journal*, 1(2).
- Sudaryono. (2018). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (1 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2016). *Statistika Untuk Penelitian* . Bandung : Alfabeta .

- Suwardi. (2022). pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk sepatu vans. *jurnal ilmiah multi disiplin, 1*, 19-28.
- Tingkir . (2014). Pengaruh Identitas Merek Loyalitas Merek Melalui Citra Merek dan Kepercayaan Merek Toyota . *Jurnal Manajemen* , 63.
- Tjiptono, C. (2016). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Tri, R. (2019). *Wow, Produksi Industri Sepatu Nasional Sampai 1,4 Miliar Pasang*. Tempo.Co.Retrieved,from,<https://bisnis.tempo.co/read/1193226/wow-produksi-industri-sepatu-nasional-sampai-14-miliar-pasang> .
- Vauzand. (2022). Peran Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vans (Studi Pada Mahasiswa Universitas Stikubank Semarang). *Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1), 18-26.
- Wowor. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Kalangan Generasi Milenial Kota Manado. 2.