

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disampaikan beberapakesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian celana Lois pada Mahasiswa FEB UBH.
2. Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian celana Lois pada Mahasiswa FEB UBH.
3. Citra Merek tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian celana Lois pada Mahasiswa FEB UBH.

5.2 Implikasi Praktis

Berdasarkan kesimpulan hasil pengujian hipotesis yang telah dijelaskan didalam kesimpulan penelitian maka dapat dibuat implikasi penting sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan Lois diharapkan untuk terus melakukan berbagai macam strategi yang dapat menciptakan kebutuhan dalam diri konsumen yang dapat memicu terjadinya keputusan pembelian.
2. Bagi Mahasiswa FEB UBH diharapkan dapat mengontrol perilaku belanja dan saat memilih barang yang di butuhkan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menyesuaikan keputusan pembelian kebutuhan mana yang harus didahulukan untuk dibeli .

3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi implikasi praktis dan pedoman serta masukan bagi Brand Lois. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa keputusan pembelian celana Lois pada Mahasiswa FEB UBH masih tergolong kedalam kategori sedang atau belum dapat dikatakan tinggi. Oleh karena itu, diperlukan berbagai upaya untuk meningkatkan keputusan pembelian celana Lois pada Mahasiswa FEB UBH di masa yang akan datang. Upaya peningkatan keputusan pembelian produk celana Lois pada Mahasiswa FEB UBH sebagaimana yang dijelaskan diatas dapat dilakukan dengan cara meningkatkan promosi dan harga. Hal ini disebabkan karna hasil penelitian ini telah membuktikan secara empiris bahwa variable promosi dan harga merupakan variabel penting yang mempengaruhi keputusan pembelian produk celana Lois.

5.3 Keterbatasan dan Saran

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

4. Penelitian ini hanya membahas celana yang bermerek lois, Sehingga dengan demikian, disarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat melakukan penelitian dengan model yang sama terhadap objek yang berbeda seperti produk Celana Lois.
5. Penelitian selanjutnya disarankan agar dapat mengembangkan model penelitian ini dengan menambahkan variabel lain baik yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian maupun variabel yang menjadi akibat dari keputusan pembelian.
6. Jumlah responden pada penelitian ini hanya sebanyak 100 orang atau masih

tergolong kecil. Dengan demikian, disarankan kepada peneliti berikutnya agar dapat menggunakan jumlah responden yang lebih besar.

7. Teknik analisis data dalam pengujian hipotesis masih menggunakan program SPSS.

Daftar Pustaka

- Achmad Rizal. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Sleman: Deepublish.
- Alfian B.(2012: 26). 2021. “Mengemukakan Faktor-Faktor Terbentuknya Citra Merek.” : 9–32.
- Anggraini, Novita, Qodariah Barkah, and Titin Hartini. 2020. “Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang.” *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Ekonomi Akuntansi* 4(1): 26.
- Aprilia, Niken, and Tukidi. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Senayan City.” *Jurnal Manajemen* 6(1): 34–46.
- Armstrong, Philip Kotler; Gary. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 12th ed. Jakarta: Erlangga.
- Bancin. 2021. *Citra Merek Dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Basu Swastha Dharmmesta, T Hani Handoko. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Cahyaningtyas, Cantika Arumi, and Anindhta Budiarti. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Dimediasi Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Masker Camille Di Shopee Anindhyta Budiarti Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 11(7): 1–14.
- Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Ernawati, Reni. 2021. “Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E-Commerce Zalora Di Jakarta.” *Business Management Analysis Journal (BMAJ)* 4(2): 80–98.
- Firmansyah. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*.

———. 2019. *Pemasaran Produk Dan Merek*. Jakarta: Qiara Media.

Fristiana, Dessy Amelia. 2012. “Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian PaFristiana, Dessy Amelia. 2012. ‘Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang.’ Ilmu Administrasi Bisnis 1. Da Ramai Swalayan Peterongan Sem.” *Ilmu Administrasi Bisnis* 1.

Ghozali. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. 4th ed. Semarang: Universitas Diponegoro.

Hasan, Ali. 2013. *Marketing (Pemasaran)*. Cet. 1. Yogyakarta.

Indratama, Aditya Bagus, and Yessy Artanti. 2014. “Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Bank Syariah Mandiri.” *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol.2, No.4: 1261–72.

Jiwa Kewirausahaan dan Manajemen Agribisnis terhadap Keberhasilan Gapoktan Simantri di Kabupaten Tabanan IGAN Dananjaya, Pengaruh, N Suparta, and I G Setiawan AP. 2014. “The Influence of The Spirit of Entrepreneurship and Agribusiness Management Towards Success Gapoktan Simantri in Tabanan.” *Jurnal Manajemen Agribisnis* 2(2): 131–42.

Khalik, Idham. 2022. *Penetapan Atribut Produk Dan Harga Terha*. Cirebon: Insania.

Kotler, P., and G. Armstrong. 2021. *Pearson Principles of Marketing, Seventeenth Edition*.

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th ed., London: Person Education.

Kuncoro. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi : Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis ?* 4th ed. Jakarta: erlangga.

Ma’ruf, Hendri. 2005. *PEMASARAN RITEL*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran : Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global / Harman Malau*. Cet. 1.

Bandung: Alfabeta.

Mujahid, Ahmad. 2017. "Labelisasi Halal, Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Wardah." *Manajemen Dan Bisnis* 5(5): 1–23.

Nasution, Asrizal Efendy, Linzzy Pratami Putri, and Muhammad Taufik Lesmana. 2019. "Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan, Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan." *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan* 1(1).

Nugroho, Dian Ari. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Nurhayati, Siti. 2017. "Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta." *JBMA – Vol. IV, No. 2, September 2017 ISSN : 2252-5483* IV(2): 60–69.

Oktavianti, Rani, and Anindhyta Budiarti. 2021a. "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Citra Merek (Studi Pada Konsumen KOI Bubble Tea Tunjungan Plaza Surabaya)." *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 5(1).

———. 2021b. "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Citra Merek (Studi Pada Konsumen KOI Bubble Tea Tunjungan Plaza Surabaya)." *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 5(1): 112–27.

Rimayang A. L. P. Ramli. 2018. "Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Fladeo." *Jurnal Equilibira* 5(2): 1–9.

Sekaran. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: selemba empat.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV AFABETA.

Surakarta, D I. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Nature Leaf Pada Remaja Di Surakarta." *Jurnal Ekobis Dewantara* 4(1): 20–31.

Swashta, Basu, and Irawan. 2008. *MANAJEMEN PEMASARAN MODERN*. ed 2 cet 1. Yogyakarta: Liberty.

Tanady, Edi Sucipto, and Muhammad Fuad. 2020. “Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta.” *Jurnal Manajemen* 9(1): 113–23.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wadi, Muh Hasban, Muinah Fadhilah, and Lusia Tria Hatmanti 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).” *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)* 6(1): 172.