

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dijelaskan sebelumnya dalam penelitian ini, kesimpulan dapat diambil sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Miniso pada generasi Z di Kota Padang.
2. Citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Miniso pada generasi Z di Kota Padang.
3. Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Miniso pada generasi Z di Kota Padang.

5.2 Implementasi Penelitian

1. Perusahaan Miniso disarankan dalam memproduksi produknya selalu menjaga kualitas dan bahkan meningkatkan kualitas barangnya agar selalu terjaga dari barang yang cacat atau rusak baik ketika masih di gerai Minsio maupun dalam jangka waktu setelah produk dibeli, sehingga dapat menarik minat beli konsumen di kemudian hari.
2. Miniso hendaknya terus memperbaiki citra merek dengan salah satu cara membuat produk-produk dengan *desain* yang sangat menarik dan terkesan elegan sehingga konsumen bisa merasakan fungsional dan kenyamanan.
3. Miniso disarankan untuk lebih sering melakukan peninjauan harga produk agar dapat selalu menjaga persaingan harga agar tidak memiliki harga yang jauh lebih tinggi sehingga konsumen bisa merasakan manfaatnya.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pertimbangan terkait keterbatasan penelitian, saran yang diberikan penulis kepada peneliti dan pembaca selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Peneliti yang akan datang disarankan untuk mereplikasi model penelitian ini dengan mengganti variabel dan responden untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas.
2. Peneliti selanjutnya juga dapat memperluas model penelitian ini dengan mempertimbangkan penambahan variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30.
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 38–51.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- 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. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Arikunto, A. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta.
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *JBMA (Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi)*, V(1), 61–75.
- Evelina, N., DW, H., & Listyorini, S. (2012). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi Kasus Pada Konsumen Telkomflexi Di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip, c*, 203–213.
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 4(1), 1–13.
- Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(2), 1–10.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th ed.)*. Pearson Education Limited.

- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424.
- <https://id.quora.com/Pengalaman-apa-yang-membuatmu-dirugikan-oleh-Miniso>. (2019). Quora. <https://id.quora.com/Pengalaman-apa-yang-membuatmu-dirugikan-oleh-Miniso>
- Indah Utami, D., & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualiatas Produk, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 102–111. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.159>
- Kasmiri, K., & Setiany, D. T. (2020). Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Universitas Suryakencana Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. *Finansha- Journal of Sharia Financial Management*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.15575/fsfm.v1i1.9615>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran. In *Erlangga* (keduabelas).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education South Asia Pte Limited.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone OPPO. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1, 128–136.
- Margery, E. (2019). Keputusan Pembelian Mie Sedaap Oleh Generasi Z Sebagai Makanan Mie Instant Di Kota Medan. *Jurnal Manajemen*, 2(1), 1–7.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.795>
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.
- Pranandha, K. E. S., & Kusumadewi, N. M. W. (2022). Peran Word of Mouth Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(3), 443. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i03.p02>
- Sabrina, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lifeboy. *Jurnal PLANS : Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 12(2), 114–120. <https://doi.org/10.24114/plans.v12i2.9573>

- Sambara, J., Novi Tawas, H., & Lily Samadi, R. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe 3.AM Koffie Spot Manado*. 9(4), 126–135.
- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. *Emba*, 10(4), 320–330.
- Setyani, T. P. H., & Gunadi, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio Kia Motors Indonesia (Pada PT. Radita Autoprime). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1(1), 92–102.
- Sudjatmika, V. F. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com. *Ekonomi Bisnis*, 17(1), 1–12. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/86/49>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Supangkat, A. H., & Supriyatin. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Di INTAKO. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 1–19.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2001). *Total Quality Management (Revisi)*. Andi Offset.
- Tri Saputra, S., Hidayat, K., & Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 50(6), 85–95.
- Wahyu Laksono, A., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, 1(1).
- Yogi Suari, M. T., Sayang Telagawathi, N. L. W., & Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), 26–33. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i3.220>
- Yustiawan, O., & Prijati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.