

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

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

#### **5.2 Implikasi Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan masukan bagi sepatu converse dalam mengembangkan strategi untuk meningkatkan keputusan pembelian pelanggan mereka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian sepatu converse masuk kedalam kategori tinggi. Meskipun demikian, masih terdapat potensi untuk meningkatkannya menjadi kategori yang sangat tinggi di masa mendatang.

1. Disarankan kepada pihak sepatu converse untuk tetap mempertahankan kualitas produk sepatu converse sehingga terciptanya Keputusan pembelian pada produk sepatu converse.
2. Disarankan kepada pihak sepatu converse untuk mempertahankan harga sepatu converse agar selalu terjangkau dengan kebutuhan pelanggan untuk

menciptakan keputusan pembelian produk sepatu converse.

3. Disarankan kepada sepatu converse untuk meningkatkan citra merek sehingga mampu bersaing dengan competitor lain untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dalam menentukan keputusan pembelian..

### **5.3 Keterbatasan dan Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan saran dan keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Penelitian hanya dilakukan pada pelanggan yang telah membeli produk sepatu converse di Kota Padang, sehingga hasil penelitian ini belum dapat berlaku pada produk sepatu converse di daerah lainnya. Dengan demikian disarankan bagi penelitian yang akan datang dapat mengujikan penelitian ini pada produk sepatu converse di daerah-daerah lainnya.
2. Penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas produk, harga, dan citra merek sehingga variabel-variabel lain yang berpotensi mempengaruhi keputusan pembelian seperti persepsi harga, gaya hidup dan promosi terabaikan. Dengan demikian, bagi peneliti yang akan datang hendaknya menambahkan variabel-variabel lain tersebut kedalam penelitiannya.
3. Penelitian ini hanya menggunakan sebanyak 90 responden. Dengan demikian, disarankan bagi peneliti yang akan datang agar menggunakan jumlah responden yang lebih banyak lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Tantri Francis. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Agusani, D., and S. Agustin. 2021. “Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Skechers Di Tunjungan.” *Jurnal Ilmu Dan Riset* 9(9).
- Arikunto, A. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Berliana, Ravika et al. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans.” 1(5): 19–28.
- Celina, Ayunda Salsabilla, Nurhajati, and Budi Wahono. 2019. “Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Merek Skechers (Studi Mahasiswa Kampus Unisma).” *Jurnal Riset Manajemen*: 64–73.
- Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manaje Men Pemasaran*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Dini Noer, Atika, Ermawwati Emmy, and Kasno. 2023. “Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Widya Gama Lumajang ).” *jobman*: 258–65.
- Hair, Joseph F, W. C Black, B. J Babin, and R. E Anderson. 2014. *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th Ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Hasdiana, Ulva. 2018. “Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Deterjen Rinso.” *Analytical Biochemistry* 11(1): 1–5. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/>.
- Hilmy, Galih, Pratama Rokh, and Eddy Prabowo. 2023. “Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Dan Citra Merek.” *Jurnal Mirai Management* 8(2): 160–70.
- Iyasherlinda, Galuh., Achsa. dan Andhatu, and P. Sijabat. Yacobo. 2022. “Citra Merek Dan Harga Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Di Magelang Brand Image And Price In Influencing The Decision To Buy Ventela Shoes In Magelang.” *Jurnal Sinar Manajemen* 09: 306–14.

Kotler, Philip dan, and Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th ed. Pearson Education Limited.

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid. 1*. Pearson Education.

Lubis, Azmi Laili. 2019. “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Online Shop Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Arimbi Hijab).” *Repository Umsu*.

Mahardika, A. W. 2020. “Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu VANS (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).”

Malau, H. 2017. *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.

Margareth, Helga. 2017. “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.” *ЭКОНОМИКА РЕГИОНА (X)*: 32.

Marlius, Doni, and Noveliza Kesy. 2022. “Pengaruh Harga , Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Converse Pada Toko.” 2(1): 255–68.

Maulana, Farhan. 2019. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah *Pengaruh Kualitas Produk , Lokasi , Dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen ( Studi Kasus Produk PUYO )*.

Mongi, L, L Mananeke, and A Repi. 2013. “Kualitas Produk, Strategi Promosi Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel Di Kota Manado.” *Jurnal EMBA* 1(4): 2336–2346.

Mutiara, Widia Pradana putri, Suprihatmi sri Wsrdiningsih, and Sunarso. 2016. “Analisis Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas.” *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 16(2): 234–41.

Nanda, N. N. 2019. “The Influence of E\_Commerce, Product Prices and Product Design on Purchasing Decisions in Souvenir Shop Tauko Medan. Budapest International Research and Critics Institute.” *BIRCI-Journal* 2(3): 388–95.

Nuraini, Annisa, Retno Hartati, Sri Rejeki Ekasasi, and Hari Nurweni. 2023. “Pengaruh Variabel Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Di Kalangan Pemuda Yogyakarta Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi.” *Stimykpn* 4(1): 11–26.

Oktaviani, Tika, Nurminingsih, and Badrunsyah. 2022. “Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Adidas Pada Mahasiswa Feb Universitas Mercu Buana Cabang Jatisampurna Bekasi Tahun 2019.” *AKUNTANSI, BISNIS DAN*

- Prasety, O. O., & Apriatni EP, and A. Wijayanto. 2012. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio.” *Journal of Social and Politic*: 1–8.
- Ruhmahdi, A. R. 2017. “Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Shuttlecock Java.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 6(3): 1–16.
- Salman, Farisi. 2018. “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.” : 689–705.
- Saputri, lia. 2021. “Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di SURAKARTA.” *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan* 8(1): 92–103.
- Scyndi, Davitiyan Putra Ramadan, Hidayati Nur, and Athia Ita. 2019. “Pengaruh Desain Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan 2019).” *Jurnal Riset Manajemen* 12(01): 1421–27.
- Setiawan, Tedy, and Rahmat Hidayat. 2022. “Pengaruh Pemasaran Digital, Persepsi Kualitas, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Di Marketplace.” *Journal of Applied Business Administration* (September): 90–100.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV AFABETA.
- Suryam Dora, D. 2017. “Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Star Pada Mahasiswa FEB UNIVERSITAS MEDAN AREA.” : 6–18.
- Suwardi, and Revika Berliana. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans.” *JURNAL JUKIM* 5(1): 19–28.
- Suyanti, Royandi, and Nora Pitri Nainggolan. 2023. “Pengaruh Brand Image, Promosi Media Sosial, Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Xes Shoes Indonesia.” *SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 5(4).
- Swastha. 2010. *Manajemen Pemasaran Analisa Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Windarti, T. and Ibrahim, M. 2017. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu.” *Jom FISIP* 4: 1–10.

Yacobo, P. Sijabat, and Achsa Andhatu. 2022. "Citra Merek Dan Harga Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Di Magelang." *Jurnal Sinar Manajemen* 09(02).

Yuliana, Indah, Aunur Rofiq, and Ami Rotil Ummah. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5(6): 2450–6



