

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan maka berikut ini dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas Produk Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian Pomade Di Babershop 66 Kota Padang.
2. Pengetahuan Produk Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian Pomade Di Babershop 66 Kota Padang.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian menyadari bahwa penelitian yang dilakukan saat ini masih memiliki sejumlah kekurangan dan kelemahan yang disebabkan oleh adanya keterbatasan yang penelitian rasakan selama penelitian ini. Secara umum keterbatasan yang peneliti rasakan adalah:

1. Peneliti tidak bisa menyebar kuisisioner secara langsung dikarenakan adanya Pandemi COVID-19, alternatif yang peneliti lakukan adalah menggunakan kuisisioner online.
2. Kuisisioner online memiliki kelemahan yaitu, peneliti tidak bisa mengontrol secara langsung, peneliti hanya bisa melihat hasil dari jawaban responden.
3. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini sangat minim sehingga tingkat keakuratan dari hasil penelitian belum bisa mewakili data sebenarnya .

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis data serta pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Produk Dan Pengetahuan Porduk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pomade Di Babershop 66 Kota Padang, pada keterbatasan penelitian, maka dapat diajukan beberapa saran yang dapat bermanfaat sebagai berikut :

1. Peneliti berharap pandemi COVID-19 segera berakhir dikarenakan sangat sulit untuk melakukan penelitian secara 100% daring
2. Bagi penelitian yang akan datang sebaiknya mengembangkan variabel-variabel yang diteliti, karena tidak menutup kemungkinan dengan penelitian yang mencakup lebih banyak variabel akan dapat menghasilkan kesimpulan yang baik.
3. Penelitian selanjutnya lebih baik menggunakan variabel mediasi atau intervening dan moderasi atau moderating.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif* Jakarta: Bumi Aksara
- Dinah Fitri, M., Dan Pangestu, E. (2019). *Pengaruh Terpaan Buzz Marketing Dan Produk Knowledge Terhadap Purchase Decision Pada Produk Nature Republik(Survei Paada Mahasiswa S1 Mahasiswa Brawijaya Angkatan 2015-2018)*, 73(2), 114-112.
- Elvina. 2017. *Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Kepuasan Terhadap Keputusan Konsumen Pada Isi Ulang Air Minum Depot Bening Water Dusun Lubuk Panjang*. Wahana Inovasi. Vol. 6 No.2.
- Ghozali, Imam. 2013. *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibah, Ummu dan Sumiati. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura*. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. Vol. 1, No. 1.
- Hair, Jr et.al. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed)*. United States :Pearson
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Mongkau, Gladis and Lotje Kawet, Jantje Sepang (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pasar Tradisional Remboken*. Vol.5 No.2 Juni 2017, Hal 2469-2477.
- Mowen, John C dan Minor, Micheal. (2012). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga
- Oktavenia, Ardani. (2019)*Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Mereksebagai Pemediasi*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 8, No. 3.
- Peter J. Paul dan Olson Jerry C. (2010). *Consumer behavior and Marketing Strategy 9th ed*. New York. USA : Mc. Graw Hill.
- Rangkuti, Freddy. 2008. *The Power of Brands*. Cetakan Ketiga, Jakarta; Gramedia Pustaka Utama.
- Saidani, Basrah, dkk. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur*. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 4, No. 2,

- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua, Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi Ketujuh. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian Untuk Bisnis 1. Edisi Keempat*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, J. Nugroho. 2010. *Perilaku Konsumen edisi revisi ke-4*. Penerbit Kencana. Jakarta.
- Stanislaus, Sugiyarta dan Pratiwi, Pundani Eki. 2012. *Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Membeli Pada Mahasiswa Konsumen Ori flame Di Unnes*. Intuisis Jurnal Psikologi Ilmiah. Vol.4 No.2
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. 2014. *Pemasaran Strategik (Prespektif Value-Based Marketing & Pebgukurab Kinerja)*. Bogor: IPB Pres.
- Tamini, dkk. 2015. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Dell di Kota Semarang (Studi Kasus Pada Konsumen Laptop Merek Dell di Kecamatan Banyumanik Kota Semarang)*. Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science. Vol 1, No. 1.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi
- Waluyo, Purwanto dan Agus Pamungkas. 2003. *Analisis Perilaku Brand Switching Konsumen dalam Pembelian Produk Handphone*. *Journal of Consumer Research* 644-654