

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pakaian H&M. Karena sebagian responden setuju dan sangat setuju, hal tersebut didasarkan oleh faktor-faktor seperti Usia, pekerjaan serta pengeluaran setiap responden yang berbeda-beda, sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi minat beli produk pakaian H&M.
2. Citra Merek secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian H&M. Karena sebagian responden menyatakan tidak setuju, kurang setuju dan setuju, hal tersebut didasarkan oleh faktor faktor seperti Usia setiap responden yang berbeda-beda, seperti ada yang mengetahui produk H&M dan ada yang tidak mengetahui produk H&M sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi minat beli produk pakaian H&M.
3. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pakaian H&M.
4. Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pakaian H&M. Variabel yang lebih dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Pakaian H&M adalah variabel kualitas produk. hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi kualitas produk yang lebih besar dibandingkan dengan koefisien regresi harga dan citra merek.

5.2 Keterbatasan

Berdasarkan pada tabel 4.14 diatas diperoleh nilai R Square sebesar 0.514 atau 51.4%. Hal ini berarti bahwa kenaikan Minat beli dapat dikontribusi oleh faktor Harga, Citra Merek dan kualitas produk sebesar 51,4% Sedangkan sisanya 41,4% di kontribusikan oleh faktor lain diluar variabel penelitian ini.

5.3 Saran

Dari hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berhubungan dengan penelitian antara lain:

1. Pakaian H&M di Summarecon Mall Bekasi diharapkan dapat mempertimbangkan harga yang lebih relevan untuk semua kalangan sehingga dapat meningkatkan minat beli pada pakaian H&M.
2. Pakaian H&M di Summarecon Mall Bekasi diharapkan mempertahankan dan meningkatkan citra merek dengan memperhatikan logo dan perpaduan warna agar mudah diingat sehingga melekat dibenak konsumen lainnya dan dapat meningkatkan minat beli.
3. Pakaian H&M di Summarecon Mall Bekasi dapat tetap mempertahankan kualitas produk yang berkualitas, Agar melekat kepada konsumen bukan hanya citra mereknya tetapi dengan kualitas produknya yang sudah tidak diragukan lagi serta tetap memperhatikan nilai kenyamanan saat konsumen menggunakan produk tersebut.

