

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada produk buku Yudhistira di Serang”. Maka dapat ditarik kesimpulan dengan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk secara parsial dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian pada produk buku Yudhistira di Serang.
2. Harga secara parsial dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian pada produk buku Yudhistira di Serang.
3. Citra Merek secara parsial tidak dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian pada produk buku Yudhistira di Serang.
4. Kualitas Produk, Harga, Citra Merek secara simultan dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian pada produk buku Yudhistira di Serang.

5.2 Keterbatasan

Terdapat beberapa faktor keterbatasan penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Adanya keterbatasan waktu penelitian, tenaga dan kemampuan peneliti.
2. Peneliti ini hanya melakukan pengkajian terhadap pengaruh beberapa faktor Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian sehingga perlu dikembangkan penelitian lebih lanjut untuk meneliti pengaruh faktor lain yang belum dikaji terhadap Keputusan Pembelian

5.3 Saran

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian dan pembahasan tentang Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada produk buku Yudhistira di Serang, maka penulis menyampaikan implikasi manajerial, sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Dapat memperdalam ilmu dibidang manajemen pemasaran dan di harapkan mampu memberikan masukan, pengetahuan dan pemahaman mengenai Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan dan informasi tambahan bagi perusahaan Yudhistira, sebab dari hasil data yang telah di uji terdapat tidak mempengaruhi dan tidak signifikan pada variabel Citra Merek, pada *marketing* harus meningkatkan Citra Merek pada buku Yudhistira. Dengan ini akan mempengaruhi Keputusan Pembelian para konsumen untuk menggunakan buku Yudhistira

3. Bagi Peneliti selanjutnya

1. Dapat menambah jumlah responden, dengan tujuan memungkinkan data yang belum sempurna menjadi lebih baik
2. Menambah variabel yang mempengaruhi Keputusan Pembelian misalnya Promosi,
3. Menggunakan variabel intervening agar dapat menganalisis data lebih kompleks