

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Merujuk pada analisis dan pembahasan yang sudah dilaksanakan, bisa ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Citra Merek secara parsial memberi dampak positif serta signifikan pada Keputusan Pembelian sepatu PVN *Shoes*.
2. Kualitas Produk secara parsial memberi dampak positif serta signifikan pada Keputusan Pembelian sepatu PVN *Shoes*
3. Diskon dalam secara parsial memberi dampak positif serta signifikan pada Keputusan Pembelian sepatu PVN *Shoes*.
4. Citra Merek, Kualitas Produk dan Diskon secara simultan memberi dampak signifikan positif pada Keputusan Pembelian sepatu PVN *Shoes*, variabel dengan dampak tertinggi yaitu variabel Kualitas Produk dan Potongan harga. Hal tersebut ditunjukkan oleh besar koefisien regresi Kualitas Produk yang di atas di bandingkan variabel Citra Merek.

#### **5.2 Keterbatasan**

Penelitian yang dilakukan peneliti sudah dilakukan sesuai prosedur ilmiah, namun pada penelitian ini juga masih terdapat keterbatasan-keterbatasan yang dapat di jadikan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya. Keterbatasan tersebut diantaranya adalah :

1. penelitian ini instrumen kuesioner hanya fokus kepada responden perempuan saja tanpa melibatkan responden laki-laki.

2. Dalam penelitian ini data yang dihasilkan hanya dari instrumen kuesioner berdasarkan persepsi jawaban responden secara online melalui google form tanpa dilengkapi dengan wawancara untuk memperkuat data penelitian.

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di atas maka saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut :

1. PVN *Shoes* harus senantiasa menjaga Citra Merek produk mereka karena variabel Citra Merek pada penelitian ini menunjukkan memiliki pengaruh positif yang signifikan, yang berarti Citra Merek merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam suatu pengambilan Keputusan Pembelian. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan mengenali target pasar dan juga membuat riset untuk mengetahui apa yang konsumen cari dari sebuah produk.
2. PVN *Shoes* harus memberikan Diskon yang bermanfaat bagi para konsumen namun juga tidak merugikan bagi perusahaan. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan pemberian Diskon sesuai kebutuhan konsumen seperti misalnya jika konsumen berbelanja pada aplikasi *online* maka biasanya Diskon yang paling dibutuhkan adalah potongan untuk ongkos kirim dan juga pemberian Diskon dapat disesuaikan dengan keuntungan yang akan diterima baik bagi konsumen maupun perusahaan. Pada salah satu instrumen kuisisioner yang menyatakan bahwa PVN *Shoes* memiliki masa pemberian Diskon yang panjang dan didapatkan hasil banyak konsumen yang mengisi dengan memilih poin terkecil yaitu pilihan

skala 1 dan 2 yang menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju. Dalam hal ini PVN *Shoes* harus memperhatikan kembali pemberian masa berlaku pada Diskon yang di berikan agar konsumen merasa puas dengan promosi potongan harga yang di berikan.

3. Bagi peneliti selanjutnya agar menjangkau lebih luas konsumen pemakai PVN *Shoes*, karena pada penelitian ini peneliti hanya meneliti konsumen di dalam kampus Universitas Bhayangkara Jakarta Raya saja, maka dengan itu di harapkan untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti konsumen PVN *Sshoes* lebih luas lagi, agar mendapatkan hasil penelitian yang dapat memperluas pengetahuan bagi pembaca.