

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini terdapat tujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas produk, lokasi dan social media marketing di toko sepatu bekas BEKSIK kota Bekasi. Adapun hasil analisis dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan seperti berikut :

1. Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di toko sepatu bekas BEKSIK kota Bekasi.
2. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di toko sepatu bekas BEKSIK kota Bekasi.
3. Lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di toko sepatu bekas BEKSIK kota Bekasi.
4. Social Media Marketing berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di toko sepatu bekas BEKSIK kota Bekasi.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dalam penelitian antara lain :

1. Penelitian ini hanya fokus pada variabel penelitian promosi, kualitas produk, lokasi dan social media marketing.
2. Penelitian ini juga memiliki keterbatasan dimana objek penelitian hanya berjumlah 115 responden

5.3. Saran

Penelitian ini tentunya masih jauh dalam kata sempurna. Oleh karena itu diharapkan penelitian yang akan datang dapat mempertimbangkan beberapa hal antara lain :

1. Saran penambahan variabel penelitian seperti pengaruh influencer dan endoser dalam meningkatkan keputusan pembelian produk melalui digitalisasi.
2. Saran untuk memperluas wilayah penelitian. Penelitian ini tentunya sangat jauh dari kata sempurna karena wilayah objek yang sempit. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan cakupan wilayah yang lebih luas.
3. Saran untuk dapat mengembangkan metodologi dalam penelitian tidak hanya berdasarkan pada kuantitatif melainkan bisa diperkuat kuat dengan kualitatif.

