

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis pembahasan yang dilakukan oleh peneliti mengenai Kualitas Produk sebagai variabel X1, Harga sebagai variabel X2, Minat Beli sebagai variabel Y1, dan Keputusan Pembelian sebagai variabel Y2, Sehingga peneliti menarik Kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa peran kualitas produk mampu menarik minat beli konsumen pada sepatu Aerostreet dikalangan mahasiswa Universitas Bhayangkara Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa harga memiliki peran penting dalam mempengaruhi minat beli sepatu Aerostreet dikalangan mahasiswa Universitas Bhayangkara Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa peran kualitas produk yang baik mampu membuat konsumen dikalangan mahasiswa Universitas Bhayangkara Fakultas Ekonomi dan Bisnis membuat keputusan pembelian pada sepatu Aerostreet tanpa ragu.
4. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang kompetitif yang diberikan Aerostreet mampu

membuat konsumen dikalangan Universitas Bhayangkara Fakultas Ekonomi dan Bisnis membuat keputusan pembelian tanpa ragu.

5. Minat beli berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak konsumen merasa tertarik sehingga rasa minat beli terhadap sepatu Aerostreet, maka akan semakin baik juga konsumen untuk melakukan keputusan pembelian sepatu Aerostreet dikalangan mahasiswa Universitas Bhayangkara Fakultas Ekonomi dan Bisnis

5.2 Keterbatasan

Berdasarkan pengalaman peneliti langsung dalam proses penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan untuk peneliti-peneliti yang akan datang dalam memperbaiki dan menyempurnakan penelitian mereka. Karena setiap penelitian memiliki kekurangan yang perlu diperbaiki untuk penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini meliputi:

1. Jumlah partisipan yang terbatas hanya sebanyak 200 orang, jelas belum mencukupi untuk mencerminkan situasi yang sebenarnya.
2. Dalam proses pengumpulan data, informasi yang diberikan oleh responden melalui kuesioner terkadang tidak mencerminkan pendapat yang sebenarnya. Hal ini bisa disebabkan oleh perbedaan dalam pemikiran, asumsi, dan pemahaman antar responden, serta faktor lain seperti kejujuran dalam pengisian kuesioner.
3. Objek penelitian hanya terfokus pada mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jaya, yang hanya mewakili satu dari

banyak fakultas lain di mana terdapat banyak kegiatan terkait pemasaran produk dan bisnis lainnya. Sebagai contoh, Fakultas Teknik, Fakultas Ilmu Komunikasi, atau bahkan penelitian selanjutnya dapat melibatkan objek penelitian yang lebih luas di luar lingkungan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa rekomendasi yang disarankan oleh peneliti, antara lain:

1. Bagi Peneliti

- a. Untuk penelitian berikutnya, disarankan untuk mengambil sampel yang lebih besar guna meningkatkan akurasi data dalam penelitian.
- b. Diharapkan adanya penambahan variabel lain yang kemungkinan juga memiliki pengaruh terhadap berbagai aspek dalam penelitian ini.

2. Bagi Perusahaan atau penjual

- a. Hasil penelitian terhadap mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian sudah cukup kuat. Oleh karena itu, disarankan kepada perusahaan dan pelaku bisnis di sepatu atau *fashion* untuk memasarkan produk mereka dengan efektif guna meningkatkan minat beli konsumen. Temuan dari penelitian ini dapat memberikan wawasan tambahan yang berharga bagi perusahaan dan pelaku bisnis tersebut.