

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai Brand Image, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Parfum Mykonos di Perwira Bekasi Utara. Peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Brand Image (X_1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Parfum Mykonos di Kelurahan Perwira Bekasi Utara, sebagaimana terlihat dari hasil uji t yang menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.
2. Harga (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Parfum Mykonos di Kelurahan Perwira Bekasi Utara, sebagaimana terlihat dari hasil uji t yang menunjukkan pengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.
3. Kualitas Produk (X_3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Parfum Mykonos di Kelurahan Perwira Bekasi Utara, sebagaimana terlihat dari hasil uji t yang menunjukkan pengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.
4. Variabel Brand Image (X_1), Harga (X_2), dan Kualitas Prduk (X_3) Secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sebagaiman terlihat dari hasil uji f. Hal ini membuktikan bahwa hasil penelitian keputusan pembelian Parfum Mykonos di Kelurahan

Perwira Bekasi Utara dipengaruhi oleh variabel Brand Image, Harga dan Kualitas Produk.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dari penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang menimbulkan gangguan dan kurangnya hasil penelitian. Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini antara lain mencakup hal – hal sebagai berikut :

1. Penelitian hanya dilakukan di wilayah Kelurahan Perwira, Bekasi Utara, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan ke populasi konsumen parfum Mykonos di daerah lain yang mungkin memiliki preferensi dan perilaku konsumsi yang berbeda.
2. Keterbatasan pengetahuan penulis dalam membuat dan menyusun tulisan ini, sehingga perlu diuji kembali kendalanya di masa depan.
3. Keterbatasan waktu, biaya dan tenaga sehingga membuat penelitian kurang maksimal.
4. Adanya kemampuan responden yang kurang dalam memahami pernyataan pada kuesioner dan juga kejujuran dalam mengisi kuesioner sehingga ada kemungkinan membuat hasilnya kurang akurat.
5. Penelitian ini hanya melakukan pengkajian terhadap pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk, terhadap keputusan Pembelian. Sehingga perlu di kembangkan penelitian lebih lanjut untuk meneliti variable lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada variabel-variabel dalam penelitian ini, yaitu brand image, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada parfum mykonos di kelurahan perwira bekasi utara, maka beberapa saran yang peneliti dapat sampaikan, berikut:

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini dijadikan bahan evaluasi untuk memahami langkah-langkah dan strategi apa saja yang perlu diambil oleh Pihak Mykonos Terutama dalam meningkatkan Keputusan Pembelian, menerima masukan dari Keputusan Pembelian, saran dan kritiknya, sehingga dapat lebih baik kedepannya.

2. Bagi akademis

penelitian ini menjadi sarana untuk memperluas wawasan teoritis sekaligus meningkatkan kemampuan praktis dalam menghadapi dinamika dunia kerja, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan analisis pengaruh brand image, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi peneliti selanjutnya

selanjutnya diharapkan dapat menjadi acuan referensi dan selain itu juga dapat juga menggunakan variabel – variabel yang lebih banyak dan lebih variatif, atau mencari variabel baru yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian.