

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Merek Ortuseight di Toko Topscore Bekasi Timur, peneliti menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. **Kualitas Produk (X1)** menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli sepatu futsal merek Ortuseight di toko Topscore Bekasi Timur. Hal ini dibuktikan melalui uji t yang mengindikasikan adanya pengaruh positif secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian.
2. **Citra Merek (X2)** juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu futsal merek Ortuseight oleh konsumen di lokasi yang sama. Uji t menunjukkan bahwa variabel harga memberikan kontribusi positif secara parsial terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.
3. **Harga (X3)** memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu futsal merek Ortuseight di toko Topscore Bekasi Timur. Hasil

uji t memperlihatkan adanya hubungan positif secara parsial antara kualitas produk dengan keputusan pembelian.

4. Secara simultan, variabel **Kualitas Produk (X1)**, **Citra Merek (X2)**, dan **Harga (X3)** secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel **Keputusan Pembelian (Y)**. Hal ini terbukti dari hasil uji f, yang menunjukkan bahwa keputusan pembelian sepatu futsal merek Ortuseight di toko Topscore Bekasi Timur secara keseluruhan dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang dapat memengaruhi kelengkapan dan keakuratan hasil yang diperoleh. Adapun keterbatasan-keterbatasan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Ruang lingkup wilayah yang terbatas, di mana studi hanya dilakukan di wilayah Bekasi Timur. Kondisi ini menyebabkan hasil penelitian belum dapat mewakili atau digeneralisasikan terhadap seluruh konsumen sepatu futsal merek ortuseight di wilayah lain yang kemungkinan memiliki selera dan perilaku konsumsi yang berbeda.
2. Keterbatasan pemahaman penulis dalam merancang dan menyusun karya ilmiah ini menjadi salah satu hambatan. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi lebih lanjut agar kendala serupa dapat diatasi pada penelitian selanjutnya.

3. Keterbatasan dari segi waktu, biaya, dan sumber daya manusia juga menjadi faktor yang mempengaruhi kelancaran dan optimalisasi dalam proses penelitian, sehingga belum dapat mencapai hasil yang maksimal.
4. Kemampuan responden dalam memahami isi kuesioner serta tingkat kejujuran mereka dalam memberikan jawaban masih menjadi tantangan. Hal ini dapat menimbulkan bias atau ketidakakuratan dalam hasil data yang dikumpulkan.
5. Penelitian ini hanya fokus pada tiga variabel, yaitu Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga, dalam hubungannya terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, diperlukan eksplorasi lebih lanjut melalui penelitian mendatang yang dapat mencakup variabel-variabel lain yang juga berpotensi mempengaruhi keputusan pembelian.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan terhadap variabel-variabel dalam penelitian ini, yaitu kualitas produk, citra merek, dan harga dalam kaitannya dengan keputusan pembelian sepatu futsal merek Ortuseight di toko Topscore Bekasi Timur maka peneliti menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk merumuskan strategi yang tepat dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Perusahaan, dalam hal ini pihak Ortuseight ataupun Topscore, diharapkan dapat lebih terbuka terhadap masukan berupa kritik dan saran dari konsumen, guna memperbaiki dan menyempurnakan kualitas produk serta strategi pemasarannya ke depan.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan pengalaman berharga dalam mengembangkan wawasan teoritis serta meningkatkan kemampuan praktis, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran. Melalui penelitian ini, penulis memperoleh pemahaman lebih mendalam mengenai pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau landasan bagi penelitian lanjutan. Peneliti berikutnya disarankan untuk mengembangkan kajian ini dengan menambahkan variabel-variabel lain yang relevan atau mengeksplorasi faktor-faktor baru yang juga berpotensi memengaruhi keputusan pembelian, sehingga hasil penelitian menjadi lebih komprehensi