

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berikut adalah kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan:

1. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pelanggan produk sepatu Ventela pada *marketplace* shopee. Kualitas produk menjadi salah satu faktor penting yang diperhatikan oleh perusahaan, karena peningkatan kualitas dapat memperkuat citra positif perusahaan di mata konsumen. Jika penjual mampu memberikan produk yang sesuai dengan deskripsi yang tercantum, hal ini akan berdampak pada meningkatnya kepuasan konsumen terhadap produk yang diterima.
2. Promosi secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pelanggan produk sepatu Ventela pada *marketplace* shopee. Promosi salah satu upaya yang dilakukan perusahaan untuk menarik perhatian konsumen agar tertarik membeli produknya. Melalui promosi, konsumen cenderung lebih tertarik melakukan pembelian karena merasa mendapatkan keuntungan lebih, Sehingga promosi juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian .
3. Secara simultan bahwa Kualitas Produk dan Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pelanggan produk sepatu Ventela pada *marketplace* shopee. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian Keputusan

Pembelian produk sepatu Ventela pada *marketplace* shopee dipengaruhi oleh variabel Kualitas Produk dan Promosi.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan dengan mengikuti kaidah ilmiah yang berlaku. Meskipun demikian, masih terdapat sejumlah keterbatasan yang perlu diperhatikan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian di masa mendatang agar hasil yang diperoleh dapat lebih maksimal dan bermutu. Adapun keterbatasan tersebut antara lain:

1. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala likert secara online menggunakan *Google Form*, yang bersifat tertutup dan terbatas dalam menggali jawaban yang lebih mendalam mengenai persepsi dan pengalaman responden.
2. Penelitian ini dilakukan dalam rentang waktu tertentu. Seiring berjalannya waktu, perubahan tren pasar, selera konsumen, maupun faktor eksternal lainnya yang tidak diantisipasi dalam studi ini, dapat memengaruhi tingkat relevansi dan keakuratan hasil yang diperoleh.
3. Penelitian ini hanya mengkaji kualitas produk dan promosi. Oleh karena itu, Penelitian ini perlu di kembangkan lebih lanjut untuk meneliti variabel lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat ditujukan bagi produk sepatu ventela maupun bagi

penelitian selanjutnya agar hasil yang diperoleh lebih optimal. Adapun saran yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan sebaiknya terus memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, khususnya terkait kualitas produk, mengingat persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, pemantauan kualitas dari produk sepatu ventela harus dilakukan secara berkelanjutan.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan penelitian ini secara berkelanjutan agar dapat memantau serta menilai perubahan yang mungkin terjadi seiring berjalannya waktu, serta menyesuaikan dengan situasi dan kondisi para responden.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain seperti harga, ulasan konsumen, *brand awareness*, dan persepsi nilai guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, cakupan *geografis* dan jumlah sampel dapat diperluas untuk meningkatkan generalisasi hasil penelitian.