

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan serta berdasarkan data yang penulis peroleh dari penelitian sebagaimana yang telah dibahas dalam skripsi ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Diskon harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan hasil nilai t sebesar 4,109 dan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$). Artinya semakin tinggi diskon harga yang ditawarkan oleh Rabbani dapat menarik perhatian konsumen, sehingga keputusan pembelian konsumen akan semakin meningkat.
2. Desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan hasil nilai t sebesar 3,479 dan nilai signifikansi 0,001 ($<0,05$). Artinya semakin baik desain produk yang dibuat oleh Rabbani maka keputusan pembelian konsumen akan semakin meningkat secara terus-menerus.
3. Keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan hasil nilai t sebesar 5,039 dan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$). Artinya semakin beragam produk yang dijual oleh Rabbani, maka keputusan pembelian konsumen akan semakin meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, variabel diskon produk, desain produk dan keragaman produk memiliki pengaruh dalam mempertahankan keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian saran dari hasil penelitian ini bagi manajerial dapat dikembangkan berdasarkan hasil tersebut.

1. Variabel Diskon Harga

Diharapkan manajemen Rabbani cabang Gayamsari Semarang dapat lebih sering menawarkan diskon harga dalam musim-musim tertentu baik melalui katalog atau diskon member.

2. Variabel Desain Produk

Diharapkan manajemen Rabbani cabang Gayamsari Semarang selalu menciptakan inovasi-inovasi terbaru pada setiap desain produknya agar menciptakan keunikan tersendiri, sehingga konsumen merasa puas saat menggunakan produk dari Rabbani.

3. Variabel Keragaman Produk

Diharapkan manajemen Rabbani cabang Gayamsari Semarang selalu menjaga keragaman produk yang ada setiap waktu mulai dari ukuran, variasi produk hingga warna yang diinginkan konsumen dapat selalu terpenuhi.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam meneliti analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah :

1. Item kuisioner yang digunakan dalam penelitian masih terbilang sedikit sehingga terdapat beberapa aspek dari masing-masing variabel belum terukur.
2. Sampel yang digunakan masih sangat sedikit sehingga belum mampu menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.
3. Dari perhitungan R square, variabel bebas masih belum bisa menjelaskan secara keseluruhan variabel terikat yang memperoleh hasil 88,3% yang mampu dijelaskan oleh variabel bebas. Sedangkan sisa yang lainnya sebesar 11,7% dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya.

5.4 Agenda Penelitian Mendatang

Agenda penelitian yang akan dilaksanakan mendatang adalah :

1. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel bebas sehingga dimungkinkan masih banyak variabel lain yang sekiranya terkait dengan permasalahan yang dihadapi dalam penelitian selanjutnya.

2. Untuk penelitian selanjutnya dapat mengambil populasi yang lebih besar dari konsumen Rabbani cabang Gayamsari Semarang sehingga mendapat temuan yang lebih akurat untuk mengidentifikasi hubungan konstruk diskon produk, desain produk dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian.
3. Penelitian selanjutnya dapat diperluas tidak hanya sampai pada keputusan pembelian saja.