

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data pada bab IV dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini membuktikan bahwa harga yang ditawarkan semakin baik maka semakin tinggi keputusan pembelian.
2. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek. Hal ini membuktikan harga yang sesuai kualitas dan manfaatnya dapat memberikan citra merek yang baik pada suatu barang maupun jasa.
3. Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini membuktikan bahwa pemberian kualitas produk yang semakin baik dapat mendorong konsumen untuk membeli suatu barang.
4. Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek. Hal ini membuktikan bahwa pemberian kualitas produk yang semakin baik maka citra merek barang akan semakin baik.
5. Citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini membuktikan jika semakin baik *brand image* maka keputusan pembelian barang akan semakin baik.

6. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan dimediasi variabel citra merek. Hal ini menunjukkan makin lumrah penetapan harga dapat meningkatkan keputusan pembelian melalui citra merek pada masker Sensi.
7. Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan dimediasi variabel citra merek. Hal ini menunjukkan produk dengan kualitas yang baik akan meningkatkan citra merek dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

B. Saran

1. Perusahaan harus melakukan pemantauan harga produk pada pasar supaya harga masker Sensi tidak dijual dengan harga terlalu tinggi supaya pelanggan tetap membeli dan tidak membatalkan niatnya untuk membeli masker Sensi.
2. Bagi peneliti selanjutnya bisa menambahkan variabel bebas lainnya atau bisa menggunakan obyek penelitian yang berbeda.

C. Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Sampel didalam penelitian ini hanya masyarakat yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta, tentunya masih kurang untuk menggambarkan sesungguhnya.
2. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, sehingga jawaban responden yang diberikan terkadang tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya.

3. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas, maka dari itu untuk peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel independen lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, misalnya variabel saluran distribusi, desain produk, *brand awareness*, promosi dan lain sebagainya.

D. Implikasi Penelitian

1. Implikasi Teoritis:

- a. Penelitian ini menambah bukti bahwa harga, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- b. Harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Apabila perusahaan menetapkan harga dengan baik maka keputusan pembelian akan meningkat.
- c. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Perusahaan yang memberikan kualitas baik pada produknya maka keputusan pembelian akan meningkat dan citra merek akan semakin baik pada produk dengan kualitas baik.