

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data pada bab IV maka dapat disimpulkan beberapa hal berikut :

1. Uji t

- a. Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian *branded thrift*.
- b. Promosi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian *branded thrift*.
- c. Brand Image (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian *branded thrift*.

2. Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,622 atau (62,2%). Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel harga, promosi, dan *brand image* untuk menjelaskan besarnya variasi dalam keputusan pembelian adalah sebesar 62,2% , sisanya 38,8% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

B. Saran

Setelah melakukan beberapa pengujian, terdapat beberapa yang dapat disampaikan dalam penelitian ini

1. Bagi Penjual Pakaian *Branded Thrift Store* Instagram

Dapat dilihat dari hasil penelitian bahwa harga, promosi, dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian apabila meningkatkan penjualannya maka dapat meningkatkan penjualan dengan memberikan diskon atau promo harga yang menarik, promosi lebih banyak terhadap *fashion influencer* khususnya yang sedang *up-todate* dan meningkatkan pelayanan dalam *platform* di Instagram serta mempercantik katalog *display* Instagram.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya sebaiknya dapat menggunakan variabel – variabel lainnya selain harga, promosi dan *brand image* terutama variabel yang dapat diperkirakan mempunyai tingkat pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian, seperti kualitas, *word of mouth*, gaya hidup, dan lainnya.