

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui tahap pengumpulan data, interpretasi data, hasil analisis data penelitian, dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan distribusi terhadap keputusan pembelian sepatu SPECS maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepatu SPECS (H1). Hal ini sesuai penelitian yang dilakukan oleh Ganjar Priyambodo Adi Prabowo dan Ida Farida (2014) dengan judul “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Merek Blackberry Di Semarang “ yang menyatakan salah satu variabel yang diteliti yaitu variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
2. Variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepatu SPECS (H2). Hal ini sesuai penelitian yang dilakukan oleh Tina Martina (2015) dengan judul “ Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic ” yang menyatakan salah satu variabel yang diteliti yaitu variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
3. Variabel promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepatu SPECS (H3). Hal ini sesuai penelitian yang dilakukan oleh Andrew F. Manampiring dan Irvan Trang (2016) dengan judul “

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Mobil di PT. Astra International Tbk Malalayang “ yang menyatakan salah satu variabel yang diteliti yaitu variabel Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

4. Variabel distribusi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepatu SPECS (H4). Hal ini sesuai penelitian yang dilakukan oleh Mellya Silviana (2012) dengan judul “ Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang *Ice Cream Wall's* Pada Siswa Smp Dan Sma Di Kota Padang” yang menyatakan salah satu variabel yang diteliti yaitu variabel distribusi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
5. Variabel kualitas produk, harga, promosi, dan distribusi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepatu SPECS (H5).
6. Koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai R² sebesar 0.560, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel kualitas produk, harga, promosi, dan distribusi terhadap keputusan pembelian sepatu SPECS adalah sebesar 56 % sisanya 44 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari variabel dalam penelitian ini.
7. Berdasarkan hasil Uji F (uji simultan) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk, harga, promosi, dan distribusi terhadap keputusan pembelian sepatu SPECS pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang.
8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda diperoleh hasil persamaan model regresi $Y = 5872 + 0,427 X_1 + 0,350 X_2 + 0,308 X_3 + 0,127 X_4 + 3.005$.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini masih terdapat keterbatasan yaitu nilai R-Square yang dapat menjelaskan variabel keputusan pembelian masih relatif kecil yaitu sebesar 56 %. Hal tersebut mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat direkomendasikan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya agar dapat menambahkan variabel lain yang belum ada dalam penelitian ini atau meneliti variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada Mahasiswa anggota UKM olah raga, dan Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Semarang, untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti untuk cakupan yang lebih luas.