

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Harga, *Brand Image*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu *New Balance* Di Toko Sepatu After.Disc Semarang. Adapun beberapa kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengujian hipotesis 1 (H1) menghasilkan temuan bahwa Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung = 20,346 >  $t$  tabel = 1,660, (nilai sig 0,000 < 0,05). Sehingga dapat diinterpretasikan semakin tepat penentuan harga jual sepatu *New Balance* di toko sepatu After.disc Semarang, maka keputusan pembelian sepatu semakin meningkat.
2. Pengujian hipotesis 2 (H2) menghasilkan temuan bahwa *Brand Image* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung = 5,650 >  $t$  tabel = 1,660, (nilai sig 0,017 < 0,05). Sehingga dapat diinterpretasikan semakin baik *brand image* toko sepatu After.disc Semarang dalam menjual sepatu *New Balance* maka keputusan pembelian sepatu akan semakin meningkat.
3. Pengujian hipotesis 3 (H3) menghasilkan temuan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung = 9,238 >  $t$  tabel = 1,660, (nilai sig 0,002 < 0,05).

Sehingga dapat diinterpretasikan semakin baik kualitas produk sepatu *New Balance*, maka keputusan pembelian sepatu akan semakin meningkat.

4. Pengujian secara bersama-sama menunjukkan nilai  $f$  hitung sebesar  $93,338 > 2,73$  ( $F$  tabel) dengan angka signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menyatakan bahwa Harga, *Brand Image*, dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepatu di toko sepatu After.disc Semarang.

## 5.2 Saran

Adapun saran dan rekomendasi yang dapat penulis kemukakan sebagai berikut:

1. Bagi Toko Sepatu After.disc Semarang

Untuk terus meningkatkan keputusan pembelian sepatu, toko sepatu After.disc Semarang menjaring setiap konsumen dan mendata konsumen yang pernah membeli produk sepatu sehingga akan timbul *feedback* yang baik bagi toko sepatu After.disc Semarang karena pelanggan merasa dihormati dan toko tidak kehilangan jejak pembeli apabila pembeli ingin *reorder* kembali.

2. Penelitian di masa yang akan datang

Penelitian selanjutnya yang meneliti tentang keputusan pembelian, hendaknya mengembangkan variabel bebas lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti promosi, pemberian diskon, kepercayaan, pemberian hadiah, dan lain-lain.