

## **BAB V**

### **SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis pengaruh dari variabel kualitas produk, keterjangkauan harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Elizabeth di Yogyakarta, dapat diambil simpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk, keterjangkauan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Elizabeth di Yogyakarta.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Elizabeth di Yogyakarta.
3. Keterjangkauan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Elizabeth di Yogyakarta
4. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Elizabeth di Yogyakarta.

#### **B. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini masih terdapat keterbatasan penelitian. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu toko *fashion* saja, yaitu toko Elizabeth di Yogyakarta.

2. Penelitian ini hanya menggunakan kualitas produk, keterjangkauan harga dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Pengumpulan data dalam penelitian ini hanya dengan menggunakan kuesioner. Kelemahan dari teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner adalah tidak bisa mengetahui alasan responden dalam memilih jawaban yang sebenarnya dari pengaruh kualitas produk, keterjangkauan harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian saat konsumen membeli produk di toko Elizabeth.

### **C. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat saran yang akan diberikan untuk penelitian ini adalah:

1. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan tempat penelitian seperti membandingkan dua toko *fashion* yang berbeda namun menjual produk yang sama.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memutuskan faktor lain sebagai variabel independen yang berbeda dari variabel penelitian ini yang memiliki indikasi penuh terhadap keputusan pembelian, seperti variabel citra merek, promosi dan lokasi.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melengkapi dengan menggunakan teknik pengumpulan data melakukan wawancara, sehingga dapat mengamati objek yang akan diteliti secara langsung.