

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Kualitas persepsian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Tas Rajut Merek Dowa. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dinyatakan bahwa **H1** diterima.
2. Persepsi Harga dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Tas Rajut Merek Dowa. Berdasarkan hasil penelitian ini dinyatakan bahwa **H2** diterima.
3. Promosi dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Tas Rajut Merek Dowa. Berdasarkan hasil penelitian ini dinyatakan **H3** diterima.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran-saran yang dapat peneliti berikan sebagai berikut:

1. Sebaiknya Tas Rajut Merek Dowa melakukan promosi melalui iklan dimedia massa/televisi supaya lebih dikenal banyak orang dan dapat memberikan kesan yang positif kepada konsumen.

2. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti : citra merek, kesadaran merek, desain produk, *word of mouth* dan lain-lain.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti meyakini dalam penelitian ini masih ada terdapat beberapa kelemahan dan kekurangan:

- a. Responden dalam penelitian ini hanya di berikan pada konsumen yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta yang membeli Tas Rajut Merek Dowa dengan sampel hanya sebanyak 100 orang.
2. Penelitian ini hanya meneliti kualitas persepsian, persepsi harga dan promosi. Ada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Tas Rajut Merek Dowa diluar penelitian ini. Dikarenakan jumlah persentase dari ketiga variabel independen didapatkan hasil 23,5%, sehingga masih ada sebanyak 76,5% informasi variasi terhadap keputusan pembelian Tas Rajut Merek Dowa.