

BAB V

SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. Simpulan

Berdasarkan data dari bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa hasil pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Desain produk, persepsi harga, citra merek, promosi dan distribusi berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.
2. Desain produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin baik desain produk maka keputusan pembelian semakin meningkat.
3. Persepsi harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian ini, responden menganggap bahwa persepsi harga bukan menjadi faktor dalam melakukan pembelian sepatu olahraga Adidas.
4. Citra merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian ini, responden menganggap citra merek bukan menjadi faktor dalam melakukan pembelian sepatu olahraga Adidas.
5. Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin baik promosi dilakukan, maka keputusan pembelian semakin meningkat.

6. Distribusi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian ini, responden menganggap distribusi bukan menjadi faktor dalam melakukan pembelian sepatu olahraga Adidas.

B. Saran

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan atau referensi mengenai pembahasan yang berkaitan dengan topik pembelajaran dalam proses perkuliahan. Diharapkan juga bagi peneliti selanjutnya agar menambah variabel lain seperti kualitas produk, *brand ambassador*, harga kompetitif maupun variabel lainnya untuk memperoleh koefisien determinasi yang lebih tinggi.

C. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini mengambil sampel konsumen/pengguna sepatu Adidas di Kota Serang sehingga tingkat generalisasi hasil penelitian ini masih rendah.
2. Penelitian ini dilakukan di Kota Serang yang belum memiliki outlet resmi Adidas, sehingga konsumen selama ini membeli produk sepatu olahraga Adidas pada toko-toko olahraga yang tidak menampilkan atau menjual produk yang lengkap.
3. Tingkat koefisien determinasi pada penelitian ini hanya sebesar 16% sehingga dapat dikatakan masih rendah.

4. Dalam penggunaan kuesioner, terkadang jawaban yang diberikan oleh responden tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya.