

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra merek, persepsi harga, dan persepsi kualitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pembelian kaos Dagadu di Yogyakarta.
2. Citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pembelian kaos Dagadu di Yogyakarta. Semakin baik citra merek maka keputusan pembelian kaos Dagadu di Yogyakarta juga akan semakin meningkat.
3. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pembelian kaos Dagadu di Yogyakarta. Semakin baik persepsi harga maka keputusan pembelian kaos Dagadu di Yogyakarta juga akan semakin meningkat.
4. Persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pembelian kaos Dagadu di Yogyakarta. Semakin baik persepsi kualitas maka keputusan pembelian kaos Dagadu di Yogyakarta juga akan semakin meningkat.

B. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yang diteliti hanya citra merek, persepsi harga, dan persepsi kualitas. Peneliti tidak melakukan penelitian variabel promosi pada produk sehingga nilai koefisien determinasi yang diperoleh masih rendah yaitu sebesar 50,4%.

C. Saran

1. Produsen kaos Dagadu Djokdja hendaknya memperhatikan faktor-faktor citra merek, persepsi harga, dan persepsi kualitas karena terbukti ketiga faktor ini berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Peneliti yang akan datang hendaknya menambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti gaya hidup, *Word of mouth*, strategi promosi, dan sebagainya.