

## **BAB V**

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

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, yaitu menguji pengaruh kualitas produk, persepsi harga, promosi, citra merek dan label halal terhadap keputusan pembelian minuman teh dalam kemasan merek S-tee di Yogyakarta, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Variabel persepsi harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Variabel promosi berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Variabel citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
5. Variabel label halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

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

Besarnya *Adjusted R* (persentase mempengaruhi) pada penelitian ini sebesar 0,217. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk, persepsi harga, promosi, citra merek dan label halal sebesar 21,7%, sedangkan sisanya sebesar 78,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

## **C. Saran**

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada faktor-faktor lain yang diperkirakan dapat mempengaruhi keputusan pembelian, seperti variabel motivasi, persepsi, sikap dan cuaca.