

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data pada uraian bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini :

1. Penelitian yang dilakukan dengan judul pengaruh harga, promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu merek Specs (studi empiris pada Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Madiun) pada tahun 2018 didapat hasil bahwa :
  - a. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu merek Specs pada Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.
  - b. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu merek Specs pada Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.
  - c. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu merek Specs pada Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.
2. Variabel dalam penelitian ini yang terdiri dari harga, promosi, dan citra merek mempengaruhi sebesar 21,9% terhadap keputusan pembelian sepatu merek Specs pada mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala madiun, sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lainnya yang tidal dijelaskan dalam penelitian

## **B. Implikasi Manajerial**

Beberapa implikasi yang dapat dijadikan rujukan bagi pemilik atau perusahaan sepatu Specs adalah :

1. Dari hasil penelitian ini didapatkan bahwa dalam hal yang terkait dengan harga, promosi, dan citra merek sepatu Specs mempunyai nilai yang lebih tinggi. Maka hal ini berimplikasi pada produsen atau perusahaan sepatu olahraga dan perusahaan lainnya, bahwa harga, promosi, dan citra merek mempunyai peranan yang penting dalam pengambilan keputusan pada konsumen untuk memilih produk sepatu.
2. Identifikasi mengenai berbagai kendala atau permasalahan yang dihadapi perusahaan sepatu Specs agar dapat digunakan sebagai acuan untuk perbaikan serta peningkatan hasil produk sepatu dikemudian hari.
3. Bagi perusahaan sepatu Specs bahwa penelitian ini dapat digunakan sebagai pembanding, sehingga dapat diketahui berbagai kelebihan serta kekurangan perusahaan agar dapat dilakukan perbaikan dan pengembangan produk.

## **C. Keterbatasan Penelitian**

1. Responden terbatas hanya dilingkup mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.
2. Nilai R Square yang dapat menjelaskan variabel keputusan pembelian masih relatif kecil yaitu 21,9%, artinya bahwa terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yang tidak dimasukkan

kedalam penelitian ini, maka untuk penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lain yaitu, kualitas produk, desain produk dan inovasi produk.

#### **D. Saran**

1. Penelitian selanjutnya dapat mengambil ruang lingkup yang lebih luas lagi seperti lapangan bola, lapangan futsal dan tempat-tempat olahraga lainnya agar memperoleh hasil yang lebih kuat dan akurat.
2. Penelitian selanjutnya menambahkan variabel-variabel lain seperti kualitas produk, desain produk dan inovasi produk, sehingga dapat meningkatkan pengaruh keputusan pembelian, karena hampir semua tujuan pemasaran dari suatu perusahaan untuk bisa memberikan kualitas produk yang terbaik kepada para konsumennya, dan dari perusahaan selalu memunculkan inovasi-inovasi dan desain produk, agar dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aqmarina, Kumadji dan Kusumawati.2016. Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 39 No 2 Oktober 2016. Diunduh dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/>, pada 10 Oktober 2018
- Ariestonandri, Prima. 2006. *Marketing Research for Beginner*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET
- Basu Swastha. 2000. *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*, Jakarta : Liberty.
- Basu, Swastha, & Irawan, 2001, *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta. Liberty.
- Buku Pedoman Akademik Universitas Katolik Widya Mandala Madiun. 2014
- Dajan, Anton. 1996. *Pengantar Metode Statistik Jilid II*. Jakarta : LP3ES.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- <http://futsalzoneindonesia.com/menapaki-jejak-bisnis-specs/>. 4 April 2018
- <https://text-id.123dok.com/document/ky62720gz-sejarah-dan-merek-specs-sportcom.html>. 4 April 2018
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1997, *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ketujuh. Dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro. Jakarta. Prenhallindo
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Edisi Kedelapan. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Keduabelas. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1. Edisi Ketigabelas. Jakarta. Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Edisi Ketiga. Erlangga

- Mowen, John, C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Edisi Kelima Jakarta: Erlangga.
- Peter, J Paul dan Jerry C Olson. 2013. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jilid 2. Salemba Empat
- Pratiwi, Yuni dan Khuzaini. 2017. “Pengaruh Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu 2BEAT”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol 6, No. 7, Juli 2017. Diunduh dari <https://repository.stiesia.ac.id/>, pada 27 Maret 2018
- Putra, Mananda dan Dewi. 2016. Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Citilink Oleh Wisatawan Nusantara Di Bandara Ngurah Rai Bali. *Jurnal IPTA*. Vol. 4 No. 2, 2016. Diunduh dari <https://simdos.unud.ac.id/>, pada 6 Oktober 2018
- Riyono dan Budiharja. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image Terhadap keputusan Pembelian Produk AQUA. *Jurnal STIE Semarang*. Vol 8, No 2, Juni 2016. Diunduh dari <https://media.neliti.com/>, pada 9 Oktober 2018
- Sari, Mandey dan Soegoto. 2014. “Citra Merek, Harga, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara”. *Jurnal EMBA*. Vol. 2 No. 2 Juni 2014, hal. 1222-1232. Diunduh dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/>, pada 27 Maret 2018
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung. Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono, Fandy. Ph.D, 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi Keempat. Yogyakarta. Penerbit Andi
- Trihendradi, Cornelius. 2005. *Step by Step SPSS 13 Analisis Data Statistik*. Yogyakarta: Andi