

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dengan merujuk akan perolehan dari pengujian dengan analisis PLS (*Partial Least Square*) yang dapat berguna dalam menguji besarnya dampak suatu kualitas produk serta persepsi harga kepada hasil akhir pemesanan produk Carvil di Surabaya, kesimpulannya seperti berikut:

1. Kualitas Produk memberi kontribusi kepada keputusan pembelian produk Carvil di Surabaya. Situasi ini memperlihatkan bahwasannya semakin baik kualitas yang dimiliki oleh produk Carvil maka keputusan pembelian terhadap produk tersebut akan baik juga. Demikian pula sebaliknya.
2. Persepsi Harga memberi kontribusi kepada keputusan pembelian produk Carvil di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwasannya akan semakin baik persepsi harga dari produk Carvil, maka akan semakin baik pula keputusan pembeliannya. Begitu pula sebaliknya.

5.2 Saran

Menurut hasil dan simpulan penelitian, ada beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan serta diaplikasikan dalam pertimbangan suatu keputusan, saran yang bisa disajikan seperti berikut:

1. Perusahaan diharapkan bisa mempertahankan kualitas produk Carvil dengan meningkatkan keunggulan produk tersebut dibandingkan dengan merek produk lainnya. Sehingga konsumen akan terus memilih produk Carvil dibandingkan merek alas kaki lainnya.

2. Perusahaan harus mampu mempertahankan kesesuaian harga produknya dengan kualitas yang mumpuni. Sehingga persepsi harga dari para konsumen terhadap produk Carvil akan tetap menjadi merek alas kaki yang berkualitas dan cocok untuk digunakan dalam beraktivitas sehari-hari.
3. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menarik lebih dalam dengan menggunakan variabel-variabel yang berbeda, seperti citra merek, promosi, *word of mouth*, dan lainnya dengan tujuan agar penelitian yang selanjutnya lebih mempunyai variasi sehingga dapat lebih memahami pengaruh variabel terikat keputusan pembelian secara lebih mendalam dan secara teliti dan komprehensif guna meningkatkan akurasi dan menambah kesempurnaan pada penelitian selanjutnya.