

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Thrift dengan Kelompok Referensi sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Online Store Classymore.id)” sebagai berikut:

1. Harga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk pakaian bekas di online store Classymore.id. Artinya, semakin sesuai dan terjangkau harga yang ditawarkan, maka semakin tinggi minat beli konsumen terhadap produk yang dijual..
2. Kualitas produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen, seperti kondisi barang, kelayakan pakai, dan kesesuaian dengan deskripsi, maka semakin tinggi pula minat beli terhadap produk di Classymore.id..
3. Kelompok referensi terbukti mampu memoderasi pengaruh harga terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan kelompok referensi, seperti teman atau ulasan pelanggan lain, dapat memperkuat hubungan antara harga dan minat beli konsumen..
4. Kelompok referensi juga terbukti mampu memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap minat beli. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh

kualitas produk terhadap minat beli akan semakin kuat apabila didukung oleh kelompok referensi yang memberikan penilaian atau rekomendasi positif terhadap produk yang ditawarkan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk, dan kelompok referensi mampu menjelaskan minat beli sebesar 77,9%, sehingga model penelitian tergolong kuat..

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, penulis mengusulkan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, maka pihak Online Store Classyore.id disarankan untuk mempertahankan strategi penetapan harga yang telah diterapkan saat ini karena telah sesuai dengan persepsi dan daya beli konsumen. Konsistensi dalam menjaga keseimbangan antara harga dan kualitas produk perlu terus dipertahankan agar konsumen tetap merasakan nilai yang sepadan atas pembelian yang dilakukan. Selain itu, kualitas produk yang telah dinilai baik oleh konsumen hendaknya terus dijaga melalui proses seleksi barang yang ketat, penyajian foto yang jelas, serta pemberian informasi produk yang transparan guna mempertahankan kepercayaan pelanggan.

Mengingat kelompok referensi juga berperan dalam memoderasi hubungan terhadap minat beli, perusahaan dapat lebih mengoptimalkan strategi pemasaran berbasis pengaruh sosial, seperti memanfaatkan testimoni pelanggan, ulasan positif, serta kolaborasi dengan influencer atau komunitas tertentu untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan mempertahankan kekuatan pada aspek harga dan kualitas produk serta mengoptimalkan peran kelompok referensi, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan minat beli konsumen secara berkelanjutan dan memperkuat posisinya dalam persaingan industri thrift fashion.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dalam rangka penyempurnaan penelitian terkait bidang yang dikaji dalam studi ini dan pengembangan terkait penelitian ini, peneliti yang akan datang untuk mempertimbangkan variabel lainnya seperti kepercayaan konsumen (trust), citra merek (brand image), promosi digital, atau electronic word of mouth (e-WOM). Hal ini dilakukan agar model penelitian menjadi lebih komprehensif dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen.