



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini, peneliti akan membahas hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen serta saran yang diberikan untuk pihak-pihak yang bersangkutan.

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang didapatkan dari hasil analisis dan hipotesis yang telah dipaparkan mengenai “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo di Jakarta”, maka kesimpulan yang didapat yaitu sebagai berikut:

Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Uniqlo di Jakarta. Semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan maka keputusan pembelian akan meningkat.

Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Uniqlo di Jakarta. Semakin baik peningkatan promosi oleh perusahaan maka keputusan pembelian akan meningkat.

5.2. Saran

Berdasarkan materi yang telah dibahas dan dipaparkan di atas, saran yang dapat peneliti berikan kepada pihak-pihak terkait adalah:

1. Bagi Perusahaan

Dalam penelitian ini keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk maka saran dari peneliti diharapkan Uniqlo dapat lebih memperhatikan kualitasnya terutama dari segi bahan yang dijual karena kualitas bahan produk Uniqlo lebih baik dari produk lain mendapatkan skor rata-rata yang rendah. Dibandingkan indikator lain, karena itu perusahaan harus lebih mengoptimalkan



bahan pakaian yang akan diproduksi sehingga konsumen tetap bertahan dan tertarik akan produk tersebut.

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh promosi hasil penelitian ini skor rata-rata yang rendah yaitu konsumen memilih produk Uniqlo karena menjadi *sponsorship* dibanyak *event* maka saran dari peneliti diharapkan Uniqlo meningkatkan promosi terhadap produknya dengan mengikuti *sponsorship* di berbagai macam *event* agar dapat memperkenalkan produk yang dijual Uniqlo. Kemudian skor rata-rata rendah yang lainnya adalah produk Uniqlo memberikan diskon penjualan maka diharapkan perusahaan bisa menambahkan diskon dengan potongan harga, *voucher*, *cashback* sehingga konsumen memiliki daya tarik terhadap produk tersebut untuk dibeli.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan adanya keterbatasan pada penelitian ini. Peneliti menyarankan penelitian selanjutnya dapat menggunakan ini untuk bahan referensi dan perbandingan maupun pertimbangan untuk menggunakan variabel – variabel lain dan mengembangkan lebih jauh model dalam penelitian ini.