

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat di peroleh sebagai hasil pengolahan data dari pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan pemasaran digital terhadap keputusan pembelian terhadap produk lampu hannochs yaitu di uraikan sebagai berikut

1. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk lampu hannochs. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin sesuai harga dengan manfaat produk yang di berikan kepada konsumen akan meningkatkan keputusan pembelian pada produk lampu Hannochs.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk lampu hannochs. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan semakin baik manfaat yang dirasakan oleh konsumen, maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk lampu hannochs.
3. Pemasaran digital tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian terhadap produk lampu hannochs.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta pembahasan dan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian, dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Brand Produk Lampu Hannochs

- a) Produk lampu hannochs di harapkan lebih memberikan harga yang relatif lebih murah lagi untuk para konsumen atau mungkin bisa memberikan



potongan harga bagi konsumen agar dapat meningkatkan lagi minat beli dan mampu meningkat keuntungan bagi perusahaan lampus hannochs.

- b) Produk lampu hannochs diharapkan mampu mempertahankan kualitas produk yang sudah dirasakan konsumen, sehingga dapat mempertahankan dan menambah keputusan pembelian konsumen.
- c) Produk lampu hannochs diharapkan mampu meningkatkan pemasaran digital, sehingga meningkatkan penjualan serta kredibilitas pada produk lampu hannochs.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian yang akan datang diharapkan dapat dilakukan lebih spesifik dengan mengumpulkan data kuisioner secara fisik dan *online* hingga mampu memperoleh data yang mewakili masyarakat yang lebih banyak lagi. Penelitian selanjutnya pun di harapkan mampu menambahkan variabel lainnya seperti kepuasan konsumen, loyalitas konsumen dan variabel lainnya sehingga lebih baik serta lebih kompleks lagi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.