

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan paparan yang telah dibuat oleh peneliti, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari 8 item yang digunakan untuk Variabel Kualitas Produk, peneliti menemukan bahwa indikator Kualitas Produk nomor 4, dengan pernyataan “Produk sepatu Nike membuat saya merasa nyaman dan sesuai pada saat menggunakannya”. Memiliki respon tidak setuju sebesar 32,8% dan sangat tidak setuju sebesar 24,6%.
2. Dari 5 item variabel Keputusan Pembelian, peneliti menemukan indikator Keputusan Pembelian nomor 1, dengan pernyataan “Saya membeli sepatu olahraga Nike untuk memenuhi kebutuhan olahraga saya”. Memiliki respon tidak setuju sebesar 30,6% dan sangat tidak setuju sebesar 35,8%.
3. Besar pengaruh sebesar .581, yang berarti sebesar 58,1% dari keputusan pembelian sepatu olahraga merek **Nike** dipengaruhi oleh kualitas produk.

4. Peneliti menemukan bahwa korelasi / hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian adalah sebesar $.762$, yang berarti bahwa hubungan antara kedua variabel merupakan hubungan yang kuat.
5. Peneliti menemukan bahwa H1 “Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.” Dalam penelitian ini dapat diterima.

5.2. KETERBATASAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki keterbatasan penelitian sebagai berikut:

1. Peneliti mengambil subjek responden pengunjung *gym*, dengan kecenderungan memiliki status sosial ekonomi menengah ke atas, dan rutin berolahraga, sehingga memiliki kecenderungan untuk menilai positif sepatu **Nike** yang dipersepsikan sebagai sepatu olahraga. Berdasarkan rekomendasi rekan, lingkungan, penilaian fungsional, daya tahan serta kesesuaian citra produk dengan karakter pribadi pengguna.
2. Peneliti membatasi pengambilan data dalam lingkungan sebuah *gym* di kota Bandung saja, sehingga belum menggambarkan masyarakat secara umum.

5.3. SARAN

Untuk itu, peneliti dapat memberi saran sebagai berikut:

1. Melihat indikator X4 dan Y1 memiliki respon tidak setuju dan sangat tidak setuju yang dominan, maka peneliti menyarankan bahwa produk sepatu Nike perlu memperhatikan rasa nyaman dan kesesuaian para pengguna sepatu Nike serta meningkatkan edukasi konsumen bahwa sepatu olahraga Nike berfokus untuk memenuhi kebutuhan perlengkapan olahraga konsumen, peneliti merekomendasikan agar Nike menambah muatan informasi fungsional produk, manfaat, keunggulan serta daya tahan produk pada setiap kampanye promosi / periklanan yang dilakukan.
2. Peneliti menyarankan tatanan / display produk pada gerai Nike, menyertakan informasi kegunaan produk, spesifikasi produk dan daya tahan produk bagi para konsumen, sehingga konsumen dapat memilih jenis sepatu Nike mana yang cocok untuk jenis olahraga yang dilakukan.
3. Peneliti menyarankan agar Nike memberikan kesempatan *trial product* untuk setiap jenis produk Nike yang ditawarkan sehingga konsumen dapat memiliki penilaian kesesuaian secara aktual dengan mencoba jenis sepatu Nike tersebut.