

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen nimco indonesia. Nilai signifikan yang diperoleh adalah $0,635 > 0,05$ dan nilai Thitung $0,476 < 1,984$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak artinya kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.. Hal ini dikarenakan bahwa konsumen nimco memilih produk tidak memandang dari kualitas produk saja tetapi juga dari hal lain yang sangat penting untuk dipertimbangkan.
2. Harga secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen nimco indonesia. Nilai signifikan yang diperoleh adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai Thitung $7,111 > 1,984$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya harga secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
3. Media pemasaran tiktok secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen nimco indonesia. Nilai signifikan yang diperoleh adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai Thitung $4,255 > 1,984$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya media pemasaran tiktok secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
4. Kualitas produk, harga, dan media pemasaran tiktok berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen nimco indonesia. Nilai signifikan yang diperoleh adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai Fhitung $203,145 > 2,698$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh terdapat beberapa saran dari penulis sebagai berikut:

1. Untuk Perusahaan Nimco Indonesia

Penulis berharap saran yang diusulkan ini dapat memberikan dampak yang baik bagi perusahaan dan dapat meningkatkan profit penjualan.

a. Kualitas produk

Berdasarkan dari hasil penelitian, kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen nimco Indonesia. Maka dari itu, penulis memberikan saran untuk perusahaan agar lebih meningkatkan kualitas produk supaya konsumen tetap selalu berminat melakukan pembelian ulang. Berikut adalah beberapa cara yang dapat dilakukan oleh nimco Indonesia untuk meningkatkan kualitas produknya:

- Mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan melakukan riset seperti membuat kuesioner dan disebarakan kepada target pasar.
- Pemilihan dan penggunaan alat yang sesuai sehingga dapat menghasilkan kualitas produk yang baik.
- Memberikan packing produk yang lebih baik dengan mengutamakan keselamatan produk, misalnya menggunakan bubble wrap jika membeli melalui onlineshop atau marketplace.

b. Harga

Berdasarkan dari hasil penelitian, harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen nimco Indonesia. Maka dari itu, penulis memberikan saran pada perusahaan untuk menjaga minat beli ulang konsumen sebagai berikut:

- Memberikan harga yang dapat bersaing dipasar dengan produk clothing line lainnya.
- Menjual dengan harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas yang diberikan.

c. Media Pemasaran Tiktok

Berdasarkan dari hasil penelitian, media pemasaran tiktok memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen nimco indonesia. Maka dari itu, penulis memberikan saran pada perusahaan dengan cara membuat jadwal upload konten dan mencari waktu yang pas sehingga konten yang diupload dapat tersebar luas. Selanjutnya, membuat konten dengan ide yang menarik sehingga apa yang ingin kita sampaikan kepada konsumen dapat diterima dengan jelas.

2. Untuk Penelitian Selanjutnya

- a. Kepada peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat menambahkan variabel lain yang tidak diteliti, karena sisa dari variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah 14%.
- b. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menggunakan metodologi dan responden yang lebih banyak dari penelitian sebelumnya, sehingga data yang didapatkan lebih baik.