

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **V.1 Simpulan**

Pembahasan telah dilakukan mengenai Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion Brand* Lokal di Kalangan Generasi Z, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.536. Artinya adalah generasi Z yang bertempat tinggal di Jakarta Selatan mempertimbangkan harga produk *fashion brand* lokal ketika melakukan keputusan pembelian.
2. Promosi terhadap keputusan pembelian mempunyai pengaruh dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.216. Artinya promosi menjadi pertimbangan generasi Z di Jakarta Selatan dalam melakukan keputusan pembelian *produk fashion brand* lokal.
3. Kualitas produk terhadap keputusan pembelian tidak berpengaruh signifikan. Nilai original sampel memberikan hasil pengaruh kualitas produk hanya sebesar 0.035. Artinya bahwa terdapat pengaruh yang kecil antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *fashion brand* lokal di kalangan generasi Z di Jakarta Selatan.

#### **V.2 Saran**

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat dan pengetahuan bagi berbagai pihak yang membutuhkan. Saran penelitian ini antara lain:

1. Bagi perusahaan

Generasi Z di Jakarta Selatan lebih mengutamakan harga, sehingga perusahaan disarankan untuk menetapkan harga dengan bijak karena harga masih menjadi hal utama yang menjadi pertimbangan ketika membeli. Kemudian, promosi juga menjadi faktor pendorong generasi Z untuk membeli. Maka dari itu, perusahaan atau pemasar bisa menggunakan promosi unuk

meningkatkan penjualan. Kemudian, kualitas produk memiliki pengaruh yang paling kecil, tetapi tetap menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan generasi Z ketika melakukan pembelian. Untuk itu, pemasar disarankan untuk meningkatkan atau mempertahankan kualitas produk yang dijual.

## 2. Penelitian selanjutnya

Diharapkan penelitian selanjutnya bisa memperbaiki penelitian-penelitian yang sudah ada sebelumnya. Selain itu, juga penelitian selanjutnya bisa memberikan kontribusi dan bisa meneliti variabel yang beragam.