

BAB V KESIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS terkait dengan “Analisi Keputusan Pembelian Pada Sepatu Ventela di Depok, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela di Depok. Hal tersebut menunjukkan bahwa keputusan untuk membeli sepatu Ventela memberikan dampak positif bagi konsumen setiap kali mereka membeli sepatu Ventela. Penetapan harga yang tepat oleh Ventela berhasil menciptakan persepsi yang kuat dan meyakinkan di benak pelanggan.

Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela di Depok. Hal tersebut menunjukkan bahwa keputusan untuk membeli sepatu Ventela dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan. Kualitas produk Ventela berhasil menciptakan kesan yang kuat dan meyakinkan di benak konsumen, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli.

E-WOM berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela di Depok. Hal tersebut menunjukkan bahwa ulasan dan rekomendasi positif dari konsumen lain melalui media digital dapat memperkuat keputusan pembelian konsumen. *E-WOM* yang positif menciptakan citra yang kuat tentang kualitas dan nilai produk di mata konsumen, sehingga meningkatkan kemungkinan mereka untuk memutuskan membeli sepatu Ventela.

Social Media Marketing tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela di Depok. Hal tersebut menunjukkan bahwa meskipun kampanye pemasaran melalui media sosial dilakukan, hal tersebut tidak cukup untuk memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih sepatu Ventela. Peran media sosial dalam mempromosikan produk belum mampu menciptakan dampak yang cukup kuat untuk mendorong konsumen dalam mengambil keputusan pembeliannya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam Menyusun penelitian ini, peneliti telah mematuhi seluruh prosedur dan langkah-langkah sesuai dengan ketentuan yang diberlakukan. Namun dalam melaksanakan penelitian ini peneliti menghadapi keterbatasan seperti:

- a. Responden yang membutuhkan waktu yang cukup lama untuk meberikan jawaban dari kuesioner yang telah disebarakan oleh peneliti.
- b. Dalam penelitian ini terdapat 100 responden yang hanya merepresentasikan wilayah Depok saja.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan penelitian ini, berikut beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi rekomendasi bermanfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkan:

1. Bagi pelaku usaha
 - a. Disarankan untuk memberikan perhatian utama pada pengelolaan persepsi harga konsumen dalam strategi pemasaran. Langkah-langkah yang dapat dilakukan meliputi evaluasi harga secara berkala, pemberian diskon atau penawaran khusus, serta memastikan bahwa nilai yang diberikan oleh produk Ventela sebanding dengan harga yang ditetapkan. Memahami bagaimana konsumen menilai harga produk dapat membantu pelaku usaha merancang strategi penjualan yang lebih efektif dan meningkatkan daya saing di pasar lokal.
 - b. Meningkatkan kualitas produk: Kualitas produk adalah elemen krusial yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Untuk itu, sepatu Ventela perlu terus memperhatikan dan meningkatkan kualitas produknya. Melakukan riset pasar secara berkala, mengumpulkan umpan balik dari pelanggan, dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki akan membantu perusahaan untuk memenuhi ekspektasi konsumen terhadap kualitas produk serta meningkatkan keputusan pembelian.
 - c. Meningkatkan pengelolaan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM): E-WOM berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sepatu Ventela perlu memanfaatkan kekuatan E-WOM untuk memperluas

jangkauan dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah dengan mendorong pelanggan untuk memberikan ulasan positif secara online dan berinteraksi dengan konsumen melalui platform media sosial. Mengelola E-WOM dengan baik, baik melalui testimoni pelanggan maupun influencer, akan membantu memperkuat citra merek dan mempengaruhi keputusan pembelian sepatu Ventela.

2. Bagi Akademis

Penelitian di masa depan yang berfokus pada keputusan pembelian disarankan untuk menambahkan variabel yang belum dianalisis dalam penelitian ini. Langkah ini bertujuan untuk memahami lebih mendalam pengaruh faktor-faktor lain terhadap keputusan pembelian konsumen. Selain itu, perluasan wilayah studi serta peningkatan jumlah sampel juga direkomendasikan. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi yang lebih berarti dalam merumuskan strategi pemasaran dan penjualan yang lebih efektif.