

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan melalui analisis *Partial Least Square* (PLS) mengenai keputusan pembelian pada ritel Hypermart, maka diperoleh suatu kesimpulan sebagai berikut, Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di ritel Hypermart, artinya konsumen Hypermart menjadikan kualitas produk untuk menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian Berdasarkan hal tersebut maka sesuai dengan hipotesis awal yang telah dibuat oleh peneliti. Kualitas Pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di ritel Hypermart. Artinya kualitas pelayan tidak dianggap selalu menjadi bahan pertimbangan untuk membeli suatu produk di ritel Hypermart serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hypermart belum mampu membuat konsumen yakin untuk membeli produk di Hypermart maka itu hal ini tidak sesuai dengan hipotesis awal yang telah dibuat oleh peneliti. *Islamic Branding* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di ritel Hypermart. Berdasarkan hal tersebut, maka sesuai dengan hipotesis awal yang telah dibuat oleh peneliti. Berpengaruh positif artinya ketika melakukan pembelian maka *Islamic Branding* itu menjadi pertimbangan no satu yang dipikirkan konsumen.

V.2 Keterbatasan penelitian

Keterbatasan pada penelitian dalam penelitian yang telah dijalankan ini tentu memiliki beberapa keterbatasan, hal tersebut antara lain:

Penelitian ini pun hanya menggunakan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan *Islamic Branding* sehingga tidak dapat mewakili hasil dari variabel lainnya yang berpotensi mempengaruhi keputusan pembelian sesuai dengan topik penelitian.

Jumlah responden yang digunakan hanya 75 sehingga data kuesioner yang didapatkan dan disimpulkan hanya berdasarkan pada data 75 responden tersebut.

Jenis produk yang digunakan pada penelitian ini hanyalah produk yang ditawarkan oleh ritel Hypermart, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi untuk jenis produk-produk lainnya.

Objek yang dipakai pada penelitian ini hanya ritel Hypermart sehingga tidak dapat menggambarkan objek ritel lainnya yang sejenis dan berpotensi mempengaruhi dengan menggunakan variabel tersebut.

V.3 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan uraian kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan penulis adalah sebagai berikut :

Pada variabel kualitas produk, peneliti menyarankan untuk terus meningkatkan dan menjaga produk yang di jual di ritel Hypermart dengan cara menjaga *quality inspection* untuk setiap produknya. Dengan begitu kualitas produk dapat terjaga, sehingga fungsi manfaat produk tetap terjaga.

Pada variabel *Islamic Branding*. Peneliti menyarankan untuk selalu menjaga dan selalu menetapkan label halal untuk setiap produk konsumsi yang ditawarkan oleh ritel Hypermart, agar konsumen merasa aman dan nyaman. Sehingga keputusan pembelian dapat tercipta

Peneliti berharap untuk bisa lebih memperhatikan secara lebih spesifik dan terperinci dalam menggunakan variabel pada penelitian ini, agar hasil yang diperoleh dapat lebih baik lagi. Selain itu dalam menentukan indikator dari setiap

variabel yang akan diteliti supaya menyesuaikan situasi dan kondisi dalam objek penelitiannya.

Peneliti menyarankan untuk memasukan jenis variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian khususnya pada produk spesifik yang di jual pada ritel Hypermart seperti harga, promosi, inovasi produk, dll.

Selain itu, untuk peneliti selanjutnya apabila ingin menggunakan variabel yang sama seperti penelitian ini, diharapkan menggunakan objek penelitian yang belum diteliti sebelumnya atau yang sedang berkembang saat itu agar pembaca bisa mendapatkan suatu jenis penelitian yang berbeda dari pada sebelumnya dan *terupdate*.