

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu *Sport Ardiles* Di Surabaya” maka, dapat disimpulkan:

1. Variabel Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian dikarenakan fungsi sepatu *sport* hampir sama saja dengan produk yang lain. Sehingga seorang pembeli sangat susah untuk menentukan pilihannya dikarenakan desain yang cukup kurang menarik daripada yang lainnya. dimana individu lebih mementingkan pemenuhan keinginannya daripada kebutuhan sehingga, khususnya para pengguna sepatu *sport Ardiles*.
2. Variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dikarenakan sepatu *sport Ardiles* mampu bersaing melalui metode harga. Harga yang diberikan Ardiles cukup murah dikarenakan banyak orang yang menginginkan sepatu *sport* tetapi sangat mahal, Ardiles mengeluarkan dengan harga yang mampu dibeli oleh orang yang telah memiliki penghasilan menengah kebawah. Ardiles juga memikirkan tentang atli – atlit muda yang ada di Indonesia untuk dapat meraih cita – cita dan masa depan yang cerah. Tidak penting harganya yang terpenting bagi para pengguna yaitu produk lokal yang sangat bermanfaat.



5.2 Saran

Berdasarkan Simpulan yang telah ditetapkan dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan dari hasil penelitian dari variabel independent Produk (X1), dan Harga (X2) yang berpengaruh adalah variabel Harga (X2), maka peneliti sarankan agar Ardiles Surabaya diharapkan lebih memperhatikan variabel Harga (X2), penetapan harga terhadap produk Ardiles, memberikan promosi di event-event tertentu untuk mempertahankan ,meningkatkan dan mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli produk Ardiles Surabaya.
2. Dari hasil penelitian juga disarankan untuk penelitian di Perusahaan Ardiles Surabaya selanjutnya, agar dapat mengambil variabel lain diluar variabel yang sudah ada pada penelitian ini. Pengaruh dari ke dua variabel Produk (X1), dan Harga (X2) terhadap keputusan Pembelian di Ardiles Surabaya, termasuk dalam kategori rendah sehingga peneliti lainnya diharapkan menambahkan atau memperkaya pengambilan variabel.



DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Hidayat dan Sunarti. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli yang juga Menggunakan Kosmetik Wardah di Counter Wardah Matahari Department Store Malang Town Square). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 73 No. 1*
- Amrullah, Pamasang S. Siburian, dan Saida Zainurossalamia ZA. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen. Universitas Mulawarman. Vol.13. No.2 (99-118)*.
- Gain et all. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 2, Nomor 2*.
- Habibah dan Sumiati, 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Volume 1, Nomor 1 (31-48)*
- Idrus Alwi, 2016. Kriteria Empirik Dalam Menentukan Ukuran Sampel Pada Pengujian Hipotesis Statistika Dan Analisis Butir. *Jurnal Formatif 2(2): 140-148*
- Kristian dan Widayanti. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Mahasiswa Kampus 1 Universitas Kristen Krida Wacana. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Vol. 16, No. 1*
- Kotler, Philip .2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid1. Jakarta: Erlangga.
- Manik, 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan, *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang Vol. 3, No.1 (40-56)*
- Nurrahman dan Utama, 2016. Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada pembeli smartphone Nokia series X di BEC Bandung) *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education* | Volume 1, Number 1. hal.54-63.
- Nasution. 2018 Pengaruh Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada FEBI IAIN Padangsidimpuan). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Volume 4 Nomor 1 Ed (26 -39)*
- RA Nur Amalina dan Imroatul Khasanah. 2015 Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT Volume 4, Nomor 2, Tahun 2015, Halaman 1-9*.



- Rani Puspa, Angrian Permana, dan Sesiyana Nuryanti. Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Perumahan Ciujung River Park Serang, Banten). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis. STIE Bina Bangsa. Vol.3. No.2 (205-215).*
- Rohmah,Miftahur. 2018. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Jual Beli Online Elevenia. *Jurnal Ilmu Komunikasi. Universitas Riau. Vol.5. No.2 Juli-Desember (1-13).*
- Supriyono *et all* 2014. Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah Pada Perumahan Bukit Semarang Baru (BSB) City Di Semarang. *Jurnal Skripsi Ekonomi Manajemen.*
- Santoso *et all* 2013. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Permen Tolak Angin Di Semarang, *journal of social dan politic (1-10)*
- Surya Kencana, 2019 Analisis Strategi Penetapan Harga SKM. *CLOTHING jurnal manajemen(1003-1011)*
- Taharuddin. 2015. Pengaruh Harga, Atribut Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio (Studi Kasus pada CV. Tiara Motor Langsa). *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN, VOL.4, NO.1*
- Walukow, Mananeke dan Sepang. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Benteenan Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA Vol.2 No.3.*
- Zulaicha dan Irawati, 2016 Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di *Morning Bakery* Batam, *Jurnal Inovasi dan Bisnis, Vol. 4, No. 2,hal 124-136*

