

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Mengacu pada data yang diperoleh lalu dianalisis pada pada bab sebelumnya, kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa:

1. Harga memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Sepatu Lokal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Hal tersebut menandakan jika harga yang sesuai dapat meningkatkan keputusan pembelian produk sepatu lokal. Tetapi, jika harga yang diberikan kurang sesuai maka keputusan pembelian produk sepatu lokal dapat menurun.
2. Kualitas produk memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Sepatu Lokal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Hal tersebut menandakan jika kualitas produk yang baik dapat meningkatkan keputusan pembelian produk sepatu lokal. Tetapi, jika kualitas produk yang diberikan kurang baik maka keputusan pembelian produk sepatu lokal dapat menurun.
3. Harga dan kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Sepatu Lokal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Hal tersebut menandakan bahwa jika harga yang sesuai dan kualitas produk yang baik dapat meningkatkan keputusan pembelian produk

sepatu lokal. Tetapi, jika harga yang diberikan kurang sesuai dan kualitas yang diberikan juga kurang baik maka keputusan pembelian produk sepatu lokal dapat menurun.

5.2. Implikasi

Penelitian ini menunjukkan jika harga dan kualitas produk secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu lokal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Hal ini menandakan jika penelitian ini mampu membuktikan rumusan hipotesis pada penelitian ini.

Pada variabel harga, dimensi harga yang relatif memiliki rata-rata skor terendah dengan persentase 24,48% dan indikator terendah yaitu harga yang kompetitif dengan skor 960. Hal ini menandakan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta merasa jika harga yang dirasakan dari produk sepatu lokal relatif kurang kompetitif jika dibandingkan dengan harga yang dirasakan produk pesaing seperti produk sepatu impor. Sedangkan dimensi harga yang wajar memiliki rata-rata hitung tertinggi dengan persentase 25,51%. Persentase tersebut menandakan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta mempertimbangkan kewajaran harga yang diberikan oleh produk sepatu lokal, mereka mempertimbangkan harga produk sepatu lokal yang murah dan terjangkau sebelum melakukan pembelian.

Pada variabel kualitas produk, dimensi keandalan memiliki rata-rata skor terendah dengan persentase 12,8%. Hal ini menandakan bahwa

mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta merasa jika kualitas produk sepatu lokal cenderung belum melaksanakan fungsi dengan baik, sehingga mereka merasa jika produk sepatu lokal memiliki tingkat kecacatan yang tinggi atau mudah rusak. Sementara, dimensi kesan kualitas memiliki rata-rata hitung tertinggi dengan persentase 15,18%. Persentase tersebut menandakan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta menginginkan produk sepatu lokal dengan kualitas yang sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

5.3. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dipaparkan pada bagian sebelumnya, maka saran yang dapat peneliti sampaikan antara lain:

1. Dimensi terendah pada variabel harga yaitu harga yang relatif dengan persentase sebesar 24,48%. Hal ini menandakan bahwa harga yang dirasakan dari produk sepatu lokal relatif kurang kompetitif jika dibandingkan dengan harga yang dirasakan produk pesaing seperti produk sepatu impor. Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa harga mampu mempengaruhi keputusan pembelian, produsen produk sepatu lokal perlu untuk menetapkan harga yang dirasa dapat kompetitif dan terhadap harga produk sepatu impor. Hal ini bertujuan agar konsumen lebih memutuskan membeli produk sepatu lokal dibanding sepatu asing di tengah potensi produk sepatu lokal dapat menguasai pasar sepatu di Indonesia.

2. Dimensi terendah pada variabel kualitas produk yaitu dimensi keandalan memiliki rata-rata skor terendah dengan persentase 12,8%. Hal ini menandakan bahwa kualitas produk sepatu lokal cenderung belum melaksanakan fungsinya dengan, sehingga konsumen merasa jika produk sepatu lokal memiliki kecacatan atau mudah rusak. Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa kualitas produk mampu mempengaruhi keputusan pembelian, produsen produk sepatu lokal perlu untuk meningkatkan keandalan produknya agar tidak mudah rusak atau memiliki kecacatan. Sehingga dapat membuat konsumen merasa jika produk sepatu lokal memiliki kualitas yang baik dan layak untuk dibeli.
3. Berdasarkan indikator terendah pada variabel harga dan kualitas produk yakni harga yang kompetitif dan keandalan produk, peneliti merasakan jika produsen produk sepatu lokal perlu menyelaraskan antara harga dengan kualitas produknya. Pada dasarnya konsumen menginginkan sebuah produk dengan harga yang kompetitif dengan kualitas yang baik. Produk sepatu lokal memiliki potensi untuk memenuhi ekspektasi tersebut. Penyelarasan harga dan kualitas produk perlu dilakukan agar konsumen merasa jika produk sepatu lokal layak untuk dibeli karena memiliki harga dan kualitas yang baik. Sehingga tidak ada lagi anggapan jika produk sepatu lokal dengan harga yang murah maka memiliki kualitas yang buruk. Karena anggapan seperti itulah yang berpotensi untuk meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli produk sepatu asing.