

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

- a. Persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu Ventela Melalui *Marketplace* Shopee Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Negeri Medan, hal ini sejalan dengan pendapat oleh Buchari Alma (2016:96) keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang di pengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people, process
- b. Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu Ventela Melalui *Marketplace* Shopee Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Negeri Medan, hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat oleh Menurut (Asusti Miguna dan matondang Nurhafifah, 2020) Kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat kita tawarkana oleh produsen yang untuk di perhatikan, dapat di gunakan, di beli dan juga dapat dikonsumsi oleh konsumen maupun produsen sesuai dengan kebutuhan konsumen tertentu
- c. Kualitas Produk dan Persepsi Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu Ventela Melalui *Marketplace* Shopee Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Negeri Medan.

5.2 Saran

Adapun saran yang penulis berikan dalam penelitian inia adalah

- a. Dari segi persepsi harga adalah harga produk yang belum sesuai dengan kualitasnya , sebab terdapat beberapa responden yang meresa kualitas produk ventella belum sesuai dengan harganya sehingga produsen harus kembali menyesuaikan harga dengan kualitas yang konsumen dapatkan dari Sepatu Ventela sehingga akan lebih banyak konsumen yang tertarik membeli produk tersebut
- b. Dari segi kualitas produk durabilitas atau daya tahan dalam hal ini khususnya pada sol sepatu ventella yang tidak tahan lama , kurang empuk dan nyaman, sehingga produsen perlu memikirkan kembali sol sepatu yang mereka gunakan agar bisa tahan lama dan empuk dan nyaman saat digunakan
- c. Masih terdapat responden yang merasa belum puas dengan produk Sepatu Ventela yang ada di Shopee sehingga masih ada beberapa responden yang enggan melakukan pembelian ulang, sehingga pihak produsen perlu meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menawarkan promo atau diskon kepada pelanggan.
- d. Bagi peneliti selanjutnya di harapkan untuk mengangkat Variabel lain di luar dari Persepsi harga atau Kualitas produk, Peneliti berikutnya bisa mengangkat variabel seperti Desain produk, Citra merek, atau Promosi untuk melihat bagaimana pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian sepatu Ventela