

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil analisa serta penjabaran yang sudah dibahas, disimpulkan bahwa:

1. Desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Indo Retro Deco.
2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Indo Retro Deco.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Indo Retro Deco.
4. Desain produk, kepercayaan, dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Indo Retro Deco.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari pembahasan serta simpulan yang dijelaskan, saran yang bisa disebutkan terkait penelitian ini yaitu:

1. Diharapkan pada penelitian selanjutnya, supaya bisa menambah ataupun mengganti variabel independen yang lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain yang digunakan dalam penelitian ini dengan maksud supaya dijadikan referensi yang banyak serta bermanfaat dimasa mendatang.

2. Variabel yang dapat ditambahkan misalnya seperti penentuan harga, citra merek, dan persepsi kualitas. Karena diduga dapat menjadi faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.
3. Diharapkan pada perusahaan dapat menerapkan hasil penelitian dengan cara peningkatan keputusan pembelian, sehingga perusahaan bisa lebih berhati-hati atas penilaian konsumen yang bisa menurunkan keputusan pembelian mereka melalui penelitian ini. PT Indo Retro Deco perlu berfokus dalam peningkatan desain produk, kepercayaan dan promosi yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.
4. Diharapkan pada penelitian selanjutnya supaya memperluas data yang digunakan, misalnya dengan mengganti dan mengambil objek penelitian yang lainnya. Agar diantara penelitian ini dan penelitian selanjutnya dapat dijadikan referensi tambahan atau bahan pembandingan bagi penelitian lainnya yang ingin mengetahui terkait keputusan pembelian.
5. Diharapkan pada penelitian selanjutnya agar memperbanyak jumlah data dan jumlah sampel penelitian. Misalnya dengan memperluas cakupan lokasi penelitian ataupun melakukan penelitian pada lokasi lainnya yang mempunyai populasi lebih banyak.