

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Digital Marketing (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di PinRio Merchandise. Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa :

1. Hasil Uji Validitas antara Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), Digital Marketing (X_3) dan Keputusan Pembelian (Y) adalah Valid.
2. Hasil Uji Reliabilitas antara Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), Digital Marketing (X_3) dan Keputusan Pembelian (Y) adalah Reliabel.
3. Hasil Uji Normalitas antara Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), Digital Marketing (X_3) dan Keputusan Pembelian (Y) semua terpenuhi.
4. Hasil Uji Multikorelasi antara Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), Digital Marketing (X_3) dan Keputusan Pembelian (Y) menunjukkan tidak ada korelasi
5. Hasil Uji Heteroskedastistas antara Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), Digital Marketing (X_3) dan Keputusan Pembelian (Y) menunjukkan tidak terjadi heteroskedastistas.
6. Hasil Uji Autokorelasi antara Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), Digital Marketing (X_3) dan Keputusan Pembelian (Y) menunjukkan

- tidak ditemukan masalah autokorelasi.
7. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PinRio Merchandise
 8. Harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di PinRio Merchandise
 9. Digital Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PinRio Merchandise

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dirancang dan dilaksanakan dengan seoptimal mungkin. Namun, terdapat beberapa keterbatasan, salah satunya adalah penggunaan metode kuesioner dan hanya dilakukan di PinRio Merchandise. Hal ini membuat peneliti tidak dapat sepenuhnya menghindari potensi kesalahan atau kendala yang mungkin dihadapi responden dalam menjawab pertanyaan, serta penelitian ini mungkin tidak bisa diterapkan serta menjadi acuan bagi perusahaan lain.

B. Saran

1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian , saran yang direkomendasikan : PinRio Merchandise sebaiknya mempertahankan harga produk yang ditawarkan karena telah sesuai dengan ekspektasi pelanggan, baik dari segi keterjangkauan dibandingkan dengan kompetitor, kesesuaian dengan kualitas produk dan pelayanan, maupun dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Peningkatan harga dinilai tidak efektif dalam meningkatkan keputusan pembelian pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, saran yang direkomendasikan : PinRio Merchandise perlu terus meningkatkan aspek kualitas produk, dengan memperhatikan hasil cetak dan *maintenance* mesin produksi dari produk yang ditawarkan. Upaya ini tidak hanya akan meningkatkan daya tarik produk tetapi juga memenuhi ekspektasi pelanggan, sehingga secara keseluruhan dapat mengoptimalkan keputusan pembelian pelanggan.
3. Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian, saran yang direkomendasikan : PinRio Merchandise perlu terus meningkatkan kemampuan dalam Digital Marketing dengan melakukan promosi produk pada berbagai platform media sosial, membuka toko-toko online pada platform belanja online seperti Shopee, Lazada, TokoPedia, dll, serta menggunakan layanan ads pada media sosial yang ada, dengan membuat konten-konten yang menarik. Langkah-langkah ini merupakan kunci utama untuk meningkatkan keputusan pembelian pelanggan.
4. Penelitian berikutnya diharapkan dapat menguji ulang hasil temuan ini atau mengembangkan kerangka model penelitian pada jenis usaha serupa maupun yang berbeda. Hal ini bertujuan untuk memperkaya wawasan ilmiah melalui teori yang diuji dan konsep yang terus berkembang.