

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis yang di paparkan diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil pembuktian variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel merek berpengaruh negative dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2. Implikasi

5.2.1. Implikasi teoritis

Implikasi teoritis dari hasil penelitian ini yaitu dapat menjadi empiris yang menjelaskan pengaruh harga dan merek terhadap keputusan pembelian, sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kepentingan keilmuan yang kemudian dapat menjadikan sebagai acuan maupun referensi untuk penelitian mendatang. Implikasi Teoritis dalam penelitian ini adalah :

Hasil penelitian ini terbukti secara teoritis dimana variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Praiya Furniture Oesapa Kota Kupang. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini sejalan dan mendukung teori yang di sampaikan oleh peneliti, dimana teori menyatakan bahwa menurut Yohanas Dian Puspita dan Ginanjar Rahmawan (2021).

Menurut Tjiptono (2014:151) menyatakan harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang atau jasa lainnya) yang ditukarkan agar

memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Saladin mengemukakan harga dalam jumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Simamora menyatakan harga adalah jumlah uang yang dibebankan atau dikenakan atas sebuah produk atau jasa.

Hasil penelitian ini terbukti secara teoritis dimana variabel merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Toko Praiya Furniture Oesapa Kota Kupang. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini sejalan dan mendukung teori yang di sampaikan oleh peneliti, dimana teori menyatakan bahwa menurut Steffanie, Anggie dan Sonata Cristian (2018).

Menurut Kotller (2016:151) Merek merupakan tanda pembeda kegiatan perdagangan dengan barang atau jasa sejenis, serta jaminan mutu jika dibandingkan dengan barang atau jasa sejenis, milik pihak lain. Dengan demikian, merek mencakup komitmen perusahaan untuk secara konsisten menyediakan fitur, manfaat, dan layanan khusus kepada pembeli.

5.2.2. Implikasi terapan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka peneliti dapat mengemukakan beberapa hal penting sebagai berikut :

1. Dengan diketahui bahwa variabel harga pada Toko Praiya Furniture oesapa Kota Kupang di kategori baik dan terlihat bahwa semua indikator variabel harga mendapatkan responden yang baik maka hal ini perlu di pertahankan bahkan di tingkatkan. Dengan mempertimbangkan secara dekat memberi penghargaan kepada pelanggan setia. Dalam penelitian ini indicator harga

tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian tetapi indicator merek yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, khusus pada indicator kepribadian merek, karena berdasarkan hasil penelitian indicator kepribadian merek memiliki nilai index yang paling rendah dibandingkan dengan indicator lainnya agar semakin banyak konsumen yang akan membeli produk springbed. maka dari itu produsen toko praiya furniture harus lebih teliti lagi dalam pengadaan merek springbed.

2. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya, agar melakukan penelitian lanjutan tentang merek karena ada salah satu indikator inovasi merek yang nilainya sedang.