

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil olah data dan pembahasan pada bab sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel produk terhadap variabel perilaku pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas produk konsumen yang dirasakan, maka semakin tinggi pula perilaku pembelian konsumen.
2. Pengeluaran terbukti memoderasi pengaruh variabel produk terhadap perilaku pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengeluaran maka akan semakin meningkatkan pengaruh kualitas produk terhadap perilaku pembelian.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel harga terhadap variabel perilaku pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat harga yang dirasakan, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

1. Pihak manajemen Pasar Buku Shopping Yogyakarta harus dapat meningkatkan penilaian positif konsumen terhadap produk dengan memberikan layanan produk-produk yang berkualitas tinggi.
2. Perlunya suatu upaya yang lebih intensif untuk memantau dan menganalisis setiap keluhan dan harapan konsumen yang berkaitan dengan pelayanan dan persepsi produk.
3. Konsumen diharapkan dapat lebih melihat usaha yang dilakukan pihak *book store* dalam mempertahankan konsumennya, sehingga konsumen dapat melakukan pembelian kembali.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini juga masih memiliki keterbatasan-keterbatasan. Dengan keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini antara lain :

1. Penelitian terhadap variabel produk harus lebih melihat sikap konsumen terhadap toko buku agar dapat berkembang sedangkan untuk variabel persepsi konsumen terhadap harga harus lebih menekankan kualitas produk yang lebih baik.
2. Metode pengumpulan data yang digunakan hanya kuesioner, untuk peneliti selanjutnya ditambahkan metode wawancara untuk melengkapi hasil penelitian.
3. Peneliti lain juga diharapkan dapat lebih memperhatikan waktu penyebaran skala penelitian, sehingga dapat memastikan respon yang diberikan subjek

adalah respon yang sesungguhnya dan hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada subjek lainnya.

4. Penelitian ini sebatas meneliti pengaruh harga, produk terhadap perilaku pembelian. Masih ada faktor lain yang dapat memengaruhi perilaku konsumen. Bagi peneliti lain diharapkan dapat melanjutkan penelitian dengan melihat faktor lain yang mempengaruhi perilaku pembelian.