

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis data yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan baik secara parsial maupun bersama-sama, hal ini dibuktikan dengan :

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara parsial persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Punkpink's secara *online*. Artinya semakin baik persepsi harga yang ditawarkan oleh pihak Punkpink's maka akan semakin tinggi minat beli konsumen pada produk Punkpink's
2. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk Punkpink's secara *online*. Artinya semakin baik pelayanan yang di berikan oleh pihak Punkpink's yang kepada konsumen maka akan semakin tinggi minat beli konsumen pada produk punkpink's
3. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara simultan Persepsi harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk Punkpink's secara *online*. Artinya jika pihak Punkpink bias mempertahankan persepsi harga dan kualitas pelayanan yang baik terhadap konsumen maka minat beli konsumen pada produk Punkpink's akan selalu meningkat di setiap bulannya.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, meski sudah dilakukan dengan maksimal, tetapi penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan yang meliputi:

1. Dalam penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian hanya terdiri dua variabel yaitu persepsi harga dan kualitas pelayanan, sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Dalam penelitian ini hanya memfokuskan pada satu objek yaitu konsumen yang membeli secara produk Punkpink's

secara *online*, sehingga dapat diharapkan untuk peneliti selanjutnya tidak hanya memfokuskan pada konsumen yang membeli produk Punkpink's secara *online* saja melainkan juga memfokuskan pada konsumen yang membeli produk Punkpink's secara *offline*.

3. Dalam penyebaran kuesioner terkadang masih banyak jawaban yang diberikan oleh responden tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya.

C. Saran

Dalam pemasaran melalui internet, pengusaha perlu memperhatikan dari semua sisi dan dikombinasikan, karena semua faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian secara *online* penting. Sehingga keputusan pembelian secara *online* dapat meningkat. Kepercayaan merupakan kunci ketika konsumen akan membeli produk *online*. Perusahaan perlu memberikan stimulus yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen secara terus menerus.

D. Penutup

Alhamdulillahirobbil 'alamin, penulis panjatkan rasa syukur kehadurat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah, serta inayah-Nya, sehingga dari awal pengerjaan skripsi sampai saat ini penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Minat Beli Produk Punpink's Secara *Online*"

Demikian skripsi dengan judul "Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Minat Beli Produk Punpink's Secara *Online*" yang telah penulis selesaikan, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi sempurnanya laporan ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Amin.