

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data kuesioner mengenai *Price Fairness*, *Product Quality*, dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu *Running Mills* di Kabupaten Kebumen dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Price Fairness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk produk Sepatu *Running Mills* di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *price fairness* yang diberikan oleh suatu produk maka semakin tinggi juga Keputusan Pembelian produk produk sepatu *running mills* di Kabupaten Kebumen.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Product Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu *Running MILLS* di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas dan manfaat yang diperoleh maka akan semakin tinggi pula Keputusan Pembelian produk Sepatu *Running Mills* di Kabupaten Kebumen.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Lifestyle* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu *Running Mills* di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua konsumen memperhatikan desain gaya hidup dalam melakukan

Keputusan Pembelian Produk Sepatu running mills di Kabupaten Kebumen.

4. Variabel *Price Fairness*, *Product Quality*, dan *Lifestyle* Bersama sama (simultan) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Sepatu Running Mills.

5.2. Keterbatasan

Penelitian ini dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah namun masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini terbatas pada variabel *Price Fairness*, *Product Quality*, dan *Lifestyle* Disarankan penelitian selanjutnya, untuk menambahkan variabel lain yang diduga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Penelitian ini hanya dilakukan di Kabupaten Kebumen dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, sehingga hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasikan sebagai hasil penelitian yang dapat mewakili seluruh konsumen Mills yang ada di Kabupaten Kebumen.

5.3. Implikasi

5.3.1 Implikasi Praktis

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Sepatu Running Mills di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa strategi penetapan harga yang mencerminkan prinsip keadilan harga

(price fairness). Harga yang dianggap wajar, adil, dan dapat diterima oleh konsumen terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh sebab itu, perusahaan harus terus melakukan evaluasi terhadap harga jual produk, baik dengan membandingkan harga dengan kompetitor sejenis maupun dengan menyesuaikannya dengan kualitas, fitur, dan nilai tambah yang diberikan kepada konsumen. Selain itu, transparansi dalam penyampaian informasi harga juga perlu dijaga agar konsumen merasa bahwa harga yang ditetapkan benar-benar layak dan tidak merugikan pihak manapun. Dengan demikian, persepsi positif konsumen terhadap keadilan harga dapat mendorong peningkatan loyalitas dan keputusan pembelian di masa yang akan datang.

2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepatu *running* MILLS di Kabupaten Kebumen. Hal ini menjelaskan bahwa semakin baik kualitas produk Sepatu *Running* Mills maka semakin tinggi tingkat keputusan pembelian konsumen. Oleh sebab itu, perusahaan menjaga dan meningkatkan kualitas produk, khususnya pada aspek daya tahan, kenyamanan, dan kemudahan perawatan. Sepatu yang tahan lama akan memberikan nilai lebih bagi konsumen. Selain itu, kenyamanan saat digunakan, baik dari sisi desain, bahan, maupun fleksibilitas sepatu, merupakan faktor penting yang dapat memperkuat niat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, kemudahan dalam merawat sepatu seperti kemudahan pencucian atau ketahanan terhadap kotoran juga menjadi pertimbangan praktis yang memengaruhi keputusan konsumen.

3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Lifestyle* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu *running* MILLS di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu merancang strategi pemasaran yang selaras dengan karakteristik gaya hidup konsumen sasaran Konsumen dengan gaya hidup aktif cenderung memilih produk yang mendukung rutinitas fisik mereka, sehingga penting bagi perusahaan untuk menyediakan produk yang tidak hanya fungsional, tetapi juga sesuai dengan kebutuhan aktivitas tersebut. Minat konsumen terhadap tren olahraga dan gaya hidup sehat dapat dimanfaatkan sebagai dasar program peningkatan keputusan pembelian. Opini konsumen terhadap suatu merek atau produk mencerminkan persepsi atau niali yang dapat mendorong terciptanya keputusan pembelian. Dengan menyesuaikan penawaran produk dan strategi komunikasi berdasarkan preferensi aktivitas, minat, dan opini konsumen, perusahaan dapat meningkatkan efektivitas pemasaran serta mendorong pertumbuhan keputusan pembelian

5.3.2 Implikasi Teoritis

1. Menurut Lestari (2023). *Price fairness* merupakan penilaian subyektif dari konsumen apakah ada perbedaan harga antara satu penjual dengan penjual yang lain yang wajar dan masuk akal. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap harga tidak hanya bersifat rasional atau berbasis nilai ekonomis semata, tetapi juga dipengaruhi oleh aspek psikologis dan sosial. Konsumen tidak hanya melihat atau

mempertimbangkan harga dari sepatu tersebut melainkan konsumen akan mempertimbangkan dari segi manfaat dari produk tersebut terhadap dirinya untuk melakukan keputusan pembelian suatu produk. Dari hal tersebut dapat menunjukkan semakin baik harga dan kualitas yang didapatkan konsumen maka semakin meningkat juga tingkat keputusan pembelian yang dilakukan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni, N. P. L., & Rahanatha, G. B. (2020). Yang mengungkapkan bahwa price fairness berpengaruh secara positif dan signifikan keputusan pembelian.

2. Kotler dan Amstrong (2008) menyebutkan bahwa kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Hal ini menunjukkan Hal ini berarti bahwa konsumen cenderung menilai dan membandingkan suatu produk berdasarkan seberapa baik kualitasnya dibandingkan dengan merek lain. kualitas produk tidak hanya berdampak pada kepuasan setelah pembelian, tetapi juga berperan besar dalam proses pertimbangan sebelum membeli. Hal tersebut juga menjadikan kualitas produk menjadi salah satu acuan atau fokus konsumen melakukan keputusan pembelian. Pada konteks ini konsumen menilai sepatu memiliki kualitas yang baik, maka konsumen akan lebih percaya dan terdorong untuk memilih merek tersebut dibandingkan pesaingnya. Hal ini menunjukkan semakin baik tingkat kualitas produk yang dihasilkan maka semakin tinggi tingkat keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Penelitian ini

sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marlius, D., & Noveliza, K. (2022) yang mengungkapkan bahwa *product quality* berpengaruh secara positif dan signifikan keputusan pembelian.

3. Menurut Sutisna (2002:98) gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang lain menghabiskan waktu mereka (aktivitas) dilihat dari pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, dan kegiatan sosial serta interest (minat) terdiri dari makanan, mode, keluarga, rekreasi dan juga opinion (pendapat) terdiri dari mengenai diri mereka sendiri, masalah-masalah sosial, bisnis, dan produk. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun gaya hidup sering dianggap sebagai faktor penting dalam perilaku konsumen, dalam konteks lokal seperti di Kebumen, keputusan membeli sepatu Mills lebih dipengaruhi oleh faktor lain, misalnya harga, kualitas, atau merek daripada gaya hidup konsumen itu sendiri. preferensi konsumen terhadap produk sepatu olahraga tampaknya lebih didasarkan pada faktor-faktor yang bersifat fungsional dan rasional, seperti kualitas produk, harga yang terjangkau, dan kenyamanan, ketimbang faktor gaya hidup. Jadi, pada tingkat keputusan pembelian di Kebumen gaya hidup tidak berpengaruh terhadap tingkat keputusan pembelian sepatu running Mills. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mongisidi, S. J., Sepang, J., & Soepeno, D. (2019).. yang mengungkapkan bahwa *product quality* berpengaruh secara positif dan signifikan keputusan pembelian.