

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data mengenai pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Mills di Kabupaten Kebumen, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1 Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu Mills di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang dirasakan konsumen, seperti kenyamanan, daya tahan, kualitas bahan, dan kesesuaian fungsi produk, maka semakin tinggi pula keputusan konsumen untuk membeli Sepatu Mills.
- 2 Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu Mills di Kabupaten Kebumen. Hal ini membuktikan bahwa harga yang dianggap sesuai dengan kualitas, manfaat, dan kemampuan konsumen dapat meningkatkan keputusan pembelian Sepatu Mills.
- 3 Hasil penelitian menunjukkan bahwa Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu Mills di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa desain yang menarik, modern, serta sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen mampu meningkatkan keputusan pembelian.

- 4 Secara simultan, Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu Mills di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama menjadi faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian.

5.2.Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Penelitian ini hanya melibatkan 100 responden, sehingga hasil penelitian belum sepenuhnya menggambarkan seluruh konsumen Sepatu Mills di Kabupaten Kebumen. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan jumlah responden yang lebih besar agar hasil penelitian lebih representatif.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen Sepatu Mills di Kabupaten Kebumen sehingga hasil penelitian belum tentu dapat digeneralisasikan pada wilayah lain yang memiliki karakteristik konsumen berbeda.
3. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen, yaitu Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Desain Produk, sedangkan masih terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian, seperti promosi, citra merek, kualitas pelayanan, gaya hidup, kepercayaan merek, maupun *electronic word of mouth*.

5.3.Implikasi

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya, maka ada beberapa implikasi praktis yang dapat diberikan sebagai masukan bagi organisasi atau perusahaan yaitu:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, perusahaan Mills perlu mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas produk, seperti penggunaan material yang berkualitas, meningkatkan daya tahan sepatu, memberikan kenyamanan saat digunakan, memperbaiki kualitas jahitan, serta menjaga kualitas sol agar lebih awet. Dengan kualitas produk yang semakin baik, konsumen akan semakin yakin untuk melakukan pembelian.
2. Persepsi harga menjadi variabel yang berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, Mills perlu menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan serta tetap kompetitif dibandingkan merek pesaing. Selain itu, perusahaan dapat memberikan program diskon, promo musiman, maupun paket pembelian tertentu agar konsumen semakin tertarik melakukan pembelian.
3. Desain produk terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus melakukan

inovasi desain dengan mengikuti tren olahraga dan gaya hidup masyarakat, menyediakan pilihan warna yang lebih beragam, meningkatkan tampilan visual produk, serta menciptakan desain yang ergonomis sehingga mampu meningkatkan minat konsumen untuk membeli.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian, penelitian ini memberikan beberapa kontribusi teoritis sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini memperkuat teori Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memberikan kinerja sesuai harapan konsumen sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian. Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Vera, Untari, dan Andrian (2024), Apriyadi, Idriastuti, dan Asnawati (2020), serta Willson, Komariah, dan Anas (2025) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini memperkuat teori Zeithaml (1988) yang menjelaskan bahwa persepsi harga merupakan penilaian konsumen mengenai

kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan manfaat yang diterima. Semakin baik persepsi konsumen terhadap harga, maka semakin tinggi keputusan pembelian. Temuan ini juga mendukung penelitian Ryananda et al. (2024), Oen et al. (2025), serta Pratama dan Prabowo (2023).

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini memperkuat teori Ulrich dan Eppinger (2012) yang menjelaskan bahwa desain produk merupakan salah satu faktor penting yang mampu menciptakan nilai tambah bagi konsumen. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Setyawan dan Hakim (2023), Putri dan Husein (2025), serta Willson, Komariah, dan Anas (2025).
4. Secara simultan, variabel Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Desain Produk mampu menjelaskan keputusan pembelian Sepatu Mills di Kabupaten Kebumen. Namun demikian, masih terdapat variabel lain di luar penelitian yang turut memengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain, seperti citra merek, promosi, gaya hidup, kepercayaan merek, maupun electronic word of mouth sehingga mampu memberikan penjelasan yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.