

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, penulis memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai Persepsi Kualitas di AL Stuff berada dalam kondisi baik dimana konsumen merasakan pengalaman positif saat membeli produk AL Stuff, diantaranya layanan pemasangan nama yang tidak dikenakan biaya tambahan dan layanan *refund* jika produk dinilai memiliki kecacatan produksi. Gambaran mengenai Persepsi Nilai berada dalam kondisi baik dimana konsumen menilai harga produk AL Stuff sesuai dengan kualitas yang diberikan dimana harga yang ditawarkan oleh AL Stuff mencerminkan kualitas, fitur, dan kinerja produk secara keseluruhan sehingga konsumen dapat dengan mudah membandingkan harga dengan manfaat yang diperoleh melalui informasi yang jelas dan akurat mengenai kualitas produk AL Stuff. Gambaran mengenai Minat Beli berada dalam kondisi baik dimana konsumen memiliki minat beli produk AL Stuff setelah mencari tahu *review* mengenai Produk AL Stuff di media sosial sehingga konsumen menganggap *review* atau ulasan di media sosial sebagai sumber informasi yang kredibel dan relevan yang kemudian menimbulkan minat beli produk AL Stuff tersebut. Gambaran mengenai Keputusan Pembelian berada dalam kondisi baik dimana konsumen membeli produk AL.Stuff setelah mengetahui informasi

mengenai produk AL.Stuff mengindikasikan bahwa keputusan untuk membeli suatu produk didasarkan pada informasi yang telah diperoleh sebelumnya.

2. Persepsi Kualitas memiliki hubungan yang kuat dengan Persepsi Nilai. Hasil ini mengindikasikan adanya keterkaitan erat antara bagaimana konsumen memandang kualitas suatu produk dengan nilai yang mereka percayai mereka dapatkan dari produk tersebut.
3. Berdasarkan hasil pengujian secara statistik maka dapat diketahui pengaruh antar variabel sebagai berikut:
 - a. Persepsi Kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli konsumen AL Stuff. Hal ini berarti persepsi yang dirasakan konsumen berkaitan dengan kualitas produk AL Stuff memiliki pengaruh yang signifikan pada keinginan mereka untuk membeli produk AL Stuff tersebut.
 - b. Persepsi Nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli konsumen AL Stuff. Hal ini berarti persepsi yang dirasakan konsumen berkaitan dengan nilai yang dirasakan dari produk AL Stuff mempengaruhi keinginan konsumen AL Stuff untuk membeli produk AL Stuff tersebut.
 - c. Persepsi Kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk AL Stuff. Hal ini berarti konsumen AL Stuff yang merasakan persepsi terhadap kualitas produk AL Stuff

akan melakukan proses pengambilan keputusan pembelian produk AL Stuff tersebut.

- d. Persepsi Nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk AL Stuff. Hal ini berarti konsumen AL Stuff yang merasakan persepsi terhadap nilai dari produk AL Stuff akan melakukan proses pengambilan keputusan pembelian produk AL Stuff tersebut.
- e. Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk AL Stuff. Konsumen AL Stuff yang tertarik terhadap produk AL Stuff akan melakukan proses pengambilan keputusan pembelian sehingga semakin tertarik konsumen dengan produk AL Stuff, semakin besar kemungkinan konsumen tersebut akan membelinya.
- f. Persepsi Kualitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli produk AL Stuff. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun konsumen AL Stuff sudah merasakan persepsi yang baik mengenai kualitas produk AL Stuff dan dapat meningkatkan minat mereka untuk membeli, namun pengaruh kualitas ini tidak sekuat yang diharapkan dalam mendorong konsumen untuk benar-benar melakukan pembelian.
- g. Persepsi Nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli produk AL Stuff. Persepsi yang dirasakan konsumen AL Stuff berkaitan dengan nilai yang

didapatkan dari produk AL Stuff memiliki pengaruh yang sangat besar pada keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut, dan pada akhirnya, mendorong konsumen untuk benar-benar melakukan pembelian produk AL Stuff.

- h. Persepsi Kualitas, Persepsi Nilai, dan Minat Beli berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk AL Stuff. Persepsi yang dirasakan konsumen AL Stuff berkaitan dengan kualitas produk AL Stuff dan nilai yang didapatkan dari produk AL Stuff menimbulkan ketertarikan terhadap produk tersebut sehingga mendorong konsumen untuk membeli produk AL Stuff tersebut.

5.2 Saran

Adapun saran yang bisa penulis kemukakan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai Persepsi Kualitas, Persepsi Nilai, Minat Beli dan Keputusan Pembelian berada dalam kategori baik, terdapat hal yang disarankan untuk lebih mengoptimalkan keputusan pembelian konsumen, yang diantaranya dengan penggunaan bahan baku dengan kualitas terbaik seperti kain yang lebih nyaman, tahan lama, dan memiliki warna yang lebih tajam, menyediakan layanan purna jual yang cepat dan mudah untuk menangani keluhan atau kerusakan produk, menjalin kerjasama dengan klub olahraga atau komunitas terkait untuk menjadi sponsor atau penyedia jersey resmi, serta membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dan jadikan mereka sebagai prioritas utama.

2. Persepsi Kualitas memiliki hubungan yang kuat dengan Persepsi Nilai sehingga saran untuk memperkuat Persepsi Kualitas dan Persepsi Nilai tersebut diantaranya menawarkan opsi desain custom dengan kualitas tinggi dan bahan yang nyaman, memberikan garansi cetak ulang jika terjadi kesalahan pada desain atau kualitas cetakan, menawarkan paket bundling yang terdiri dari jersey, tas, dan aksesoris lainnya dengan harga yang lebih terjangkau, serta memberikan diskon atau hadiah khusus untuk pelanggan setia.
3. Hal – hal yang dapat AL Stuff lakukan yang disarankan penulis dalam segi membangun keputusan pembelian konsumen antara lain adalah
 - a. Dengan diketahuinya hubungan yang signifikan antara persepsi kualitas dan minat beli konsumen, maka penulis menyarankan untuk terus menjaga kualitas produk diantaranya dengan memilih bahan yang nyaman, tahan lama, dan sesuai dengan jenis olahraga atau aktivitas yang dituju oleh jersey tersebut serta menawarkan berbagai pilihan bahan dengan kualitas dan harga yang berbeda untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan yang beragam.
 - b. Dengan diketahuinya hubungan yang signifikan antara persepsi nilai minat beli konsumen, maka penulis menyarankan untuk membangun pengalaman konsumen yang positif diantaranya dengan menawarkan paket jersey tim lengkap dengan harga yang lebih terjangkau jika membeli dalam jumlah banyak, melakukan kolaborasi dengan desainer terkenal untuk menciptakan desain jersey yang eksklusif,

serta memberikan poin atau diskon untuk setiap pembelian yang dapat ditukarkan dengan produk gratis atau diskon tambahan.

- c. Saran yang penulis berikan untuk memaksimalkan keputusan pembelian melalui peran persepsi kualitas adalah menetapkan standar kualitas yang jelas untuk setiap tahap produksi dan pastikan semua proses berjalan sesuai standar, menampilkan dan mengelola ulasan konsumen sebagai bukti kualitas produk, serta membangun citra merek yang kuat dan identik dengan kualitas.
- d. Saran yang penulis berikan untuk memaksimalkan keputusan pembelian melalui peran persepsi nilai adalah menetapkan harga yang kompetitif dengan kualitas bahan yang lebih baik, desain yang lebih unik, atau layanan tambahan yang diberikan, memberikan layanan konsultasi desain gratis untuk membantu pelanggan memilih desain yang sesuai dengan kebutuhan mereka, serta dalam proses pemasarannya menekankan manfaat yang akan diperoleh pelanggan dengan membeli produk, misalnya kenyamanan, prestise, atau ekspresi diri.

