

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan oleh peneliti tentang pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk pakaian *thrifting* pada Toko *Hannyholly* Kedaton Bandar Lampung, maka dapat disimpulkan bahwa:

Pengaruh antara variabel persepsi harga (X) berpengaruh secara tidak efektif namun berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk pakaian *thrifting* pada Toko *Hannyholly* Kedaton Bandar Lampung dengan kata lain H_a diterima dan H_o ditolak.

B. Saran

Persepsi harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, hal ini terbukti dari hasil analisis yang sudah dilakukan oleh peneliti. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti memiliki beberapa saran yang sekiranya akan berguna bagi Toko *Hannyholly* Kedaton Bandar Lampung dan juga bagi para peneliti selanjutnya, saran tersebut diantaranya:

1. Bagi Toko *Hannyholly* Kedaton Bandar Lampung

Toko *Hannyholly* Kedaton Bandar Lampung harus menambahkan jenis model pakaian yang lebih banyak lagi dengan harga yang lebih murah dan terjangkau sehingga konsumen akan kembali membeli pakaian di Toko *Hannyholly* Kedaton secara berulang.

2. Bagi Keilmuan

Peneliti berharap bagi para peneliti selanjutnya agar dapat menguji lebih lanjut tentang keputusan pembelian dengan menggunakan variabel lain selain persepsi harga misalnya kualitas produk, lokasi, *free buying*, kualitas pelayanan, promosi dan lain-lain.