

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas *Preloved* Di Desmar Boutique. Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji t dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Desmar Boutique
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tas *Preloved* Di Desmar Boutique. Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji t dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Desmar Boutique
3. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Tas *Preloved* Di Desmar Boutique. Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji t dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Brand Image berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Desmar Boutique

5.2 Saran

Saran pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Desmar Boutique harus mengoptimalkan strategi penetapan harga, yang terjangkau dan kompetitif, dan memastikan harga yang ditawarkan seperti produk dan manfaat, dan adalah strategi diskon, penawaran khusus, dan survei pasar rutin.
2. Desmar Boutique harus memastikan produk *preloved* dalam kondisi baik dan menarik, menyediakan layanan perbaikan atau garansi, penampilan produk juga sesuai dengan deskripsi dan foto, dan menjual produk dengan model atau desain masih relevan dan diminati konsumen.

3. Citra merek Desmar Boutique sangat penting untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Pemasaran yang efektif melalui media sosial, kolaborasi influencer, dan kampanye digital dapat meningkatkan reputasi merek, pengalaman konsumen yang positif, dan program loyalitas, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

