

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Online Thrift shop* Tinkerlust”, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta dari Uji Regresi Linier Sederhana yang sebesar 3,113 menunjukkan kualitas produk dari Tinkerlust memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Tinkerlust. Sehingga, semakin baik kualitasnya maka juga akan mempengaruhi pada keputusan pembelian.
2. Kualitas produk pada Tinkerlust yang memiliki nilai tertinggi yaitu “Saya merasa produk preloved Tinkerlust dapat memberikan kenyamanan pada saat dipakai” dengan nilai *mean* 3,69.
3. Kualitas produk pada Tinkerlust yang memiliki nilai terendah yaitu “Saya merasa Tinkerlust memberikan pelayanan dan kualitas yang baik” dengan nilai *mean* 3,46.
4. Keputusan pembelian pada Tinkerlust yang memiliki nilai tertinggi yaitu “Informasi yang diberikan tentang produk di Tinkerlust sesuai dengan kenyataan yang ada” dengan nilai *mean* 3,55.

5. Keputusan pembelian pada Tinkerlust yang memiliki nilai terendah yaitu “Saya akan memberikan informasi kepada orang lain untuk membeli produk di Tinkerlust” dengan nilai *mean* 2,52.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh beberapa saran sebagai berikut:

1. Penelitian ini masih memiliki kekurangan dan masih dapat disempurnakan kembali. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan melakukan uji regresi linier berganda atau berfokus pada variabel pelayanan dan loyalitas konsumen.
2. Melalui penelitian ini, penulis berharap agar Tinkerlust tetap menjaga kualitas dari tiap produk yang ada, meningkatkan kualitas pelayanan, dan meningkatkan loyalitas konsumen. Tentunya dengan ditingkatkannya beberapa indikator di atas, dapat meningkatkan keputusan pembelian produk bekas layak pakai di Tinkerlust.