

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat dibuat kesimpulan dari hasil penelitian ini yakni:

1. Analisis deskriptif memberikan gambaran mengenai persepsi responden terhadap variabel penelitian. Adapun hasil kategori gambaran responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:
 - a. Persepsi kualitas produk (X1) berada pada kategori baik dengan persentase sebesar 83%
 - b. Persepsi kelompok referensi (X2) berada pada kategori baik dengan persentase sebesar 80%
 - c. Persepsi kepercayaan merek (Z) berada pada kategori baik dengan persentase sebesar 82%
 - d. Persepsi keputusan pembelian (Y) berada pada kategori baik dengan persentase sebesar 83%
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kelompok referensi. Hipotesis dua diterima.
3. Kelompok referensi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan merek. Hipotesis tiga diterima.
4. Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hipotesis empat diterima.

5. Kelompok referensi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hipotesis lima diterima.
6. Kepercayaan merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hipotesis enam diterima.
7. Variabel kepercayaan merek mampu memediasi kualitas produk dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian. Hipotesis tujuh diterima.

5.2. Saran

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, secara umum persepsi responden terhadap kualitas produk, kelompok referensi, kepercayaan merek, dan keputusan pembelian berada pada kategori cukup baik hingga baik, namun masih terdapat beberapa indikator dengan nilai relatif lebih rendah yang perlu mendapat perhatian. Oleh karena itu, *Giovani Vape Store Malaka Tengah* disarankan untuk meningkatkan kualitas produk secara lebih konsisten, khususnya pada aspek yang masih dinilai cukup oleh responden, seperti kesan kualitas dan estetika produk, dengan memastikan keaslian produk, memperbarui varian, serta menata display produk agar lebih menarik. Selain itu, meskipun variabel kelompok referensi tergolong cukup baik, rendahnya persepsi pada indikator pengaruh normatif menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen belum sepenuhnya didorong oleh dorongan sosial atau ajakan langsung dari lingkungan sekitar, sehingga toko perlu memperkuat interaksi komunitas, testimoni pelanggan, dan strategi promosi berbasis rekomendasi teman atau komunitas *vape*. Selanjutnya, untuk meningkatkan kepercayaan merek,

pengelola toko perlu menjaga konsistensi pelayanan, transparansi informasi produk, serta menjamin keamanan dan keandalan produk agar konsumen merasa semakin yakin. Dengan perbaikan pada indikator-indikator yang masih rendah tersebut, diharapkan keputusan pembelian, khususnya pada aspek pembelian ulang dan rekomendasi kepada orang lain, dapat meningkat secara berkelanjutan.

2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti harga, promosi, citra merek, *word of mouth*, dan kepuasan konsumen, memperluas objek serta lokasi penelitian, serta menggunakan pendekatan metode penelitian yang lebih beragam agar hasil penelitian yang diperoleh menjadi lebih komprehensif dan memiliki daya generalisasi yang lebih kuat.