

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh persepsi harga, *brand reputation* dan kelangkaan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas (*Thriftling*) di Bandar Lampung, Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian bekas (*Thriftling*) di Bandar Lampung
2. *Brand reputation* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian bekas (*Thriftling*) di Bandar Lampung
3. Kelangkaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian bekas (*Thriftling*) di Bandar Lampung
4. Persepsi harga, *brand reputation* dan kelangkaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian bekas (*Thriftling*) di Bandar Lampung

5.2 Saran

5.1.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran baik toko pakaian bekas (*Thriftling*) di Bandar Lampung, maupun bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Toko pakaian bekas (*Thriftling*) di Bandar Lampung sebaiknya menentukan harga yang lebih ekonomis serta menyesuaikan daya beli masyarakat di Bandar Lampung sehingga meningkatkan keputusan pembelian pada pakaian bekas (*Thriftling*)
2. Toko pakaian bekas (*Thriftling*) di Bandar Lampung sebaiknya memperbanyak produk-produk pakaian bekas yang diproduksi oleh perusahaan yang terkenal sehingga mendorong keinginan konsumen melakukan keputusan pembelian pada pakaian bekas (*Thriftling*)
3. Toko pakaian bekas (*Thriftling*) di Bandar Lampung sebaiknya melakukan penjualan produk-produk pakaian bekas dengan merek terkenal di waktu-

waktu tertentu sehingga konsumen semakin tertarik melakukan keputusan pembelian

5.1.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Dalam penelitian ini menggunakan variabel pengaruh persepsi harga, *brand reputation* dan kelangkaan terhadap keputusan pembelian Untuk pengembangan mendatang masih memungkinkan untuk mengukur variabel lain diluar penelitian.