

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian yang telah diinterpretasikan melalui pembahasan, maka dapat diambil simpulan, di antaranya:

1. Variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian *thrifting* pada mahasiswa di Kota Cirebon. Temuan tersebut mencerminkan bahwa makin baik citra merek yang dibangun dan dipersepsikan oleh konsumen, maka makin tinggi pula kecenderungan mahasiswa dalam mengambil keputusan pembelian.
2. Variabel kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian *thrifting* pada mahasiswa di Kota Cirebon. Temuan tersebut mengindikasikan, dalam konteks *thrifting*, kualitas produk bukan menjadi pertimbangan utama, karena karakteristiknya sebagai barang bekas pakai dengan kondisi yang beragam membuat mahasiswa memiliki toleransi terhadap aspek kualitas fisik produk.
3. Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian *thrifting* pada mahasiswa di Kota Cirebon. Dengan makin baiknya pelaksanaan promosi, keputusan pembelian cenderung meningkat, karena promosi yang efektif mampu memberikan informasi, menarik perhatian, serta meningkatkan minat pembelian.
4. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian *thrifting* pada mahasiswa di Kota Cirebon. Makin terjangkau harga yang dipasang, menjadikan keputusan pembelian pakaian *thrifting* pun naik, karena harga yang ekonomis memberikan persepsi nilai yang tinggi bagi mahasiswa yang umumnya memiliki keterbatasan anggaran, sehingga mendorong terjadinya pembelian.
5. Variabel citra merek, kualitas produk, promosi, dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian *thrifting* pada mahasiswa di Kota Cirebon. Keterpaduan keempat faktor

tersebut secara bersamaan membentuk persepsi positif dan mendorong keputusan pembelian.

B. Implikasi

Merujuk pada sintesis temuan penelitian, dapat diidentifikasi beberapa implikasi yang diharapkan mampu memberikan kontribusi substantif untuk sejumlah pihak. Implikasi tersebut di antaranya:

1. Pelaku usaha pakaian *thrifting* perlu lebih selektif dalam menyediakan produk dengan merek yang bereputasi baik serta terkenal dari sisi konsumen, seperti merek yang memiliki keunggulan, kekuatan, dan keunikan dibandingkan merek lainnya. Dengan menyediakan pakaian dari merek yang terpercaya dan memiliki citra positif, konsumen akan lebih tertarik serta memiliki keyakinan yang lebih tinggi untuk melakukan keputusan pembelian
2. Pelaku usaha pakaian *thrifting* perlu meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan, seperti kondisi bahan, kebersihan, dan daya tahan pakaian. Kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepercayaan mahasiswa terhadap manfaat yang diperoleh dari pakaian *thrifting*, sehingga mendorong peningkatan keputusan pembelian.
3. Pelaku usaha pakaian *thrifting* perlu mengembangkan serta mempertahankan strategi promosi yang efektif, kreatif, dan informatif, khususnya melalui media sosial yang banyak digunakan oleh mahasiswa. Promosi yang menarik dan tepat sasaran dapat mempermudah penyebaran informasi produk, meningkatkan ketertarikan, serta mendorong minat dan keputusan pembelian mahasiswa terhadap pakaian *thrifting*.
4. Pelaku usaha pakaian *thrifting* perlu menentukan dan mempertahankan harga yang ramah bagi kantong mahasiswa. Penetapan harga yang ekonomis meningkatkan persepsi nilai produk, sehingga konsumen merasa manfaat yang diterima sepadan dengan pengeluaran mereka. Strategi harga kompetitif ini memberikan kontribusi yang substansial terhadap keputusan pembelian yang diambil oleh mahasiswa.

5. Pelaku usaha pakaian *thrifting* diharapkan mampu mengelola citra merek, kualitas produk, promosi, dan harga secara terpadu dan seimbang dalam kegiatan pemasaran. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui penyediaan merek yang memiliki citra positif, kualitas produk yang baik, promosi yang efektif, hingga keterjangkauan harga. Strategi tersebut diharapkan dapat mendorong peningkatan keputusan pembelian pakaian *thrifting* di Kota Cirebon.

C. Saran

Berdasarkan sintesis temuan penelitian, penulis mengajukan sejumlah masukan yang bisa direkomendasikan bisa menjadi acuan untuk sejumlah pihak, di antaranya:

1. Bagi Mahasiswa di Kota Cirebon

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa agar lebih rasional dan bijak pada saat perumusan keputusan pembelian pakaian *thrifting* dengan mempertimbangkan keperluan dan kemampuan anggaran. Di samping hal tersebut, mahasiswa diharapkan lebih mengutamakan produk lokal sebagai bentuk dukungan terhadap pelaku usaha dalam negeri dan pertumbuhan ekonomi.

2. Bagi Pelaku Usaha Pakaian *Thrifting*

Temuan yang dihasilkan harapannya bisa dijadikan acuan untuk pengusaha pakaian *thrifting* untuk terus memelihara dan membangun citra merek yang baik, meningkatkan mutu produk, melaksanakan strategi promosi yang efisien, serta menetapkan harga yang tetap terjangkau bagi konsumen.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Temuan yang dihasilkan harapannya menjadi rujukan untuk peneliti berikutnya yang hendak mengkaji topik serupa. Studi mendatang disarankan menambahkan variabel seperti gaya hidup, lokasi, dan minat pembelian, serta memperluas objek penelitian tidak hanya pada mahasiswa, tetapi juga masyarakat umum di Kota Cirebon guna memperoleh temuan yang lebih komprehensif.