

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan analisa pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji t, nilai t hitung variabel citra merek adalah yaitu $2,061 > 1,989$ dan nilai signifikan $0,042 < 0,05$ membuktikan bahwa variabel citra merek berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian sepatu Nike di kota Batam. Maka dapat disimpulkan hipotesis pertama diterima.
2. Berdasarkan hasil uji t, nilai t hitung yang diperoleh variabel desain produk yaitu $2,673 > 1,989$ dan nilai signifikan $0,009 < 0,05$ membuktikan bahwa variabel desain produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian sepatu Nike di kota Batam. Maka dapat disimpulkan hipotesis kedua diterima.
3. Berdasarkan hasil uji t, nilai t hitung yang diperoleh variabel kualitas produk yaitu $3,080 > 1,989$ dan nilai signifikan $0,003 < 0,05$ membuktikan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian sepatu Nike di kota Batam. Maka dapat disimpulkan hipotesis ketiga diterima.
4. Berdasarkan hasil uji f, nilai f hitung $14,257 > 2,70$ (f tabel) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dengan demikian disimpulkan bahwa

variabel citra merek, desain produk dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian sepatu Nike di kota Batam. Maka dapat disimpulkan hipotesis keempat diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan dari penelitian, peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
 - a. Perusahaan disarankan untuk tetap memperhatikan tingkat kepercayaan konsumen terhadap citra merek. Masih dibutuhkannya peningkatan-peningkatan reputasi yang baik pada konsumen. Memperkenalkan secara luas tentang merek kepada seluruh kalangan konsumen. Sehingga nantinya akan membentuk citra yang baik di benak konsumen terhadap produk dan melakukan keputusan pembelian.
 - b. Perusahaan harus konsisten dalam berinovasi khususnya membuat desain sepatu yang lebih diminati diseluruh kalangan konsumen. Perusahaan juga perlu menjaga kualitas produk sepatu Nike untuk mempertahankan citra merek, karena komponen tersebut menjadi salah satu patokan bagi konsumen dalam memutuskan pembelian.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Peneliti selanjutnya dapat memperbaiki keterbatasan yang ada dalam penelitian ini dan memperbanyak jumlah sampel dan cara pengambilan data untuk mendapatkan hasil yang menyeluruh.

- b. Peneliti berikutnya diharapkan menambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain citra merek, desain produk dan kualitas produk serta menggunakan indikator lainnya.