

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Melalui penjabaran yang dipaparkan , didapat beberapa simpulan dalam kajian ini, meliputi :

1. Citra merek sebagai variabel X1 berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pembelian sebagai variabel Y. Pernyataan ini didukung dengan didaptkannya hasil perhitungan t^{hitung} dengan jumlah 4,932 dan bernilai lebih besar dibandingkan t^{tabel} sebesar 1,972. Diperoleh jumlah signifikansi sebesar 0,001 dan berjumlah lebih kecil dibanding 0,05. Ini menyatakan keputusan pembelian dipengaruhi oleh citra merek
2. Kualitas produk sebagai variabel X2 memiliki pengaruh positif secara signifikan parsial terhadap keputusan pembelian sebagai variabel Y. Pernyataan ini didukung dengan didaptkannya hasil perhitungan t^{hitung} dengan jumlah 2,387 dan bernilai lebih besar dibandingkan t^{tabel} sebesar 1,972. Diperoleh hasil perhitungan signifikansi berjumlah 0,001 dan berjumlah dibawah 0,05. Ini menyatakan keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk.
3. *Digital marketing* sebagai variabel X3 berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pembelian sebagai variabel Y. Pernyataan ini didukung dengan didaptkannya hasil perhitungan t^{hitung} dengan jumlah 6,377 dan bernilai lebih besar dibandingkan t^{tabel} sebesar 1,972. Diperoleh hasil

perhitungan signifikansi sebesar 0,001 dan berjumlah lebih kecil dari 0,05. Ini menyatakan keputusan pembelian dipengaruhi oleh *digital marketing*

4. Citra Merek, kualitas produk dan *digital marketing* memiliki pengaruh positif secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y). Pernyataan ini didukung dengan didapatkan hasil F_{hitung} sebesar 81,881 dan lebih besar dibanding F_{tabel} sebesar 3,04. Nilai signifikansi berjumlah 0,001 lebih kecil daripada 0,05. Ini menyatakan variabel citra merek, kualitas produk, dan digital marketing berpengaruh positif secara simultan terhadap keputusan pembelian sepatu Aerostreet di Kota Batam

5.2. Saran

Sejumlah saran dapat diberikan peneliti setelah menguraikan materi sampai kesimpulan diatas, antara lain :

1. Aerostreet diharap tetap dapat menjaga nama baik *brand* agar bisa mengalahkan pesaing yang memproduksi produk serupa. Dan menaikkan reputasi *brand* sebagai salah satu top brand sepatu
2. Aerostreet dihimbau untuk dapat meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Karena termasuk *brand* lokal yang telah memiliki banyak permintaan. Penting bagi Aerostreet untuk tetap memeriksa kualitas produk dengan detail. Karena masih ditemukan beberapa ulasan dari pelanggan yang membeli sepatu Aerostreet bahwa sepatu yang mereka dapatkan tidak sesuai seperti seharusnya yang mereka dapatkan
3. Lebih gencar dalam melakukan pemasaran *digital marketing* demi meningkatkan keputusan pembelian dari konsumen.

4. Peneliti berikutnya menggunakan penelitian ini sebagai acuan dalam melanjutkan studi lebih lanjut, merujuk kepada temuan dan metodologi yang telah diungkapkan dalam penelitian ini.. Dengan cara menjelajahi variabel lainnya. Dan meningkatkan jumlah responden dalam pengisian kuesioner penelitian.