

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa persepsi positif terhadap citra merek sepatu Ventela memiliki kontribusi nyata dalam mendorong keputusan pembelian di kalangan konsumen di Kota Batam. Meningkatnya kekuatan brand image sejalan dengan meningkatnya niat beli konsumen
2. Data penelitian ini mengungkapkan bahwa desain produk yang menarik dan fungsional memiliki dampak positif yang signifikan dalam membentuk keputusan pembelian konsumen terhadap produk sepatu Ventela. Semakin menarik dan sesuai desain produk dengan selera konsumen, maka peluang konsumen untuk memutuskan membeli produk tersebut pun semakin tinggi. Desain yang tepat bukan sekadar estetika, tetapi juga menjadi pemicu emosional yang mendorong keputusan pembelian.
3. Dari analisis data dapat disimpulkan bahwa kualitas produk secara nyata memengaruhi keputusan pembelian sepatu Ventela. Semakin tinggi tingkat kenyamanan, ketahanan, serta kualitas pengerjaan yang dirasakan konsumen, semakin kuat pula dorongan untuk membeli produk tersebut. Kualitas tidak hanya

menjawab kebutuhan fungsional, tetapi juga menumbuhkan rasa percaya dan kepuasan yang menjadi dasar kuat dalam pengambilan keputusan pembelian.

4. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa secara simultan, citra merek, desain produk, dan kualitas produk memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela. Konsumen lebih terdorong untuk membeli ketika mereka merasakan kepercayaan terhadap merek, tertarik pada desain yang ditawarkan, dan yakin terhadap mutu produk. Perpaduan ketiganya tidak hanya menciptakan daya tarik awal tetapi juga membangun rasa percaya dan kepuasan yang menjadi fondasi utama dalam pengambilan keputusan pembelian.

5.2. Saran

Sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian yang telah diperoleh, peneliti merumuskan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pihak-pihak terkait.

1. Sepatu Ventela disarankan untuk terus menjaga dan memperkuat citra mereknya melalui strategi komunikasi yang relevan dan emosional bagi konsumen, khususnya di kota Batam. Kampanye pemasaran yang autentik, kolaborasi dengan tokoh lokal, hingga kehadiran aktif di media sosial bisa menjadi cara untuk membuat merek Ventela semakin lekat di benak konsumen.
2. Desain sepatu yang ditawarkan perlu terus mengikuti perkembangan tren fesyen, tanpa meninggalkan identitas khas Sepatu Ventela. Penyesuaian dengan preferensi konsumen di wilayah tertentu juga penting, karena selera desain bisa

sangat dipengaruhi oleh budaya lokal. Mengadakan survei kecil-kecilan atau sesi co-creation bersama konsumen bisa menjadi langkah menarik dan inovatif.

3. Kualitas tetap menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan jangka panjang. Ventela diharapkan terus memastikan kenyamanan, daya tahan, dan detail produksi pada setiap lini produknya. Penggunaan bahan berkualitas tinggi dan kontrol kualitas yang ketat bisa menjadi investasi penting yang berdampak besar pada loyalitas pelanggan.
4. Penelitian berikutnya sebaiknya mengkaji variabel lain yang relevan, seperti harga, promosi, dan pengalaman berbelanja daring, guna memperluas pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, memperluas lokasi penelitian ke daerah lain juga dapat memberikan gambaran yang lebih luas dan memperkaya hasil temuan penelitian.