

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Citra Merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu Ventela.
2. Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu Ventela.
3. Citra Merek dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu Ventela. Variabel yang lebih dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepatu Ventela adalah variabel Harga, hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi Harga yang lebih besar dibandingkan dengan koefisien regresi Citra Merek

5.2 Implikasi Penelitian

Saran yang dapat peneliti rekomendasikan dari hasil penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Sepatu Ventela diharapkan dapat terus mempertahankan dan meningkatkan citra merek dengan memperhatikan logo dan perpaduan warna agar mudah diingat sehingga melekat dibenak konsumen lainnya dan meningkatkan keputusan pembelian.
2. Sepatu Ventela diharapkan bisa mempertahankan harga yang terjangkau dengan memperhatikan kualitas serta kenyamanan ketika menggunakan produk dan menciptakan inovasi produk sesuai dengan kebutuhan yang konsumen harapkan.
3. Sepatu Ventela diharapkan bisa meningkatkan citra merek dengan cara mempersiapkan ketersediaan stock barang jika permintaan pasar sedang tinggi dan juga bisa menindak reseller yang tidak resmi serta menciptakan produk baru sesuai dengan permintaan dan kebutuhan konsumen dengan

harga yang bisa bersaing dengan merek lain, tapi tetap memperhatikan nilai kenyamanan saat konsumen menggunakan produk tersebut.

4. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0.393. Hal ini berarti 39,3% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Citra Merek dan Harga, sedangkan sisanya yaitu 60,7% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Karena hasil akhir dibawah 0,500 maka variabel yang tidak diteliti dalam skripsi ini yaitu variabel promosi dan kualitas pelayanan.

