

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Menurut penelitian ini, temuan berikut dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Konsumen produk sepatu nike di Bekasi membuat keputusan pembelian berdasarkan *brand ambassador* yang dipilih oleh nike. Karena *brand ambassador* tersebut dapat memikat para konsumen sebagaimana konsumen ingin berpenampilan layak nya *brand ambassador* nike.
2. Pembelian produk sepatu nike di Bekasi di pengaruhi oleh variabel harga. Jika harga memiliki pengaruh yang menguntungkan satu sama lain maka akan terjadi peningkatan keputusan pembelian.
3. Pelanggan produk sepatu nike di Bekasi dipengaruhi oleh faktor kualitas produk saat pengambilan keputusan pembelian. kualitas produk sepatu nike memiliki ketahanan yang sangat lama dan bisa diandalkan dalam berbagai medan. pelanggan tidak akan mengambil keputusan pembelian jika kualitas yang diberikan nike tidak sesuai dengan keinginan konsumen.
4. Ketika datang ke variabel dependen, faktor independent dari *brand ambassador* harga kualitas produk semuanya berpengaruh. ini menjelaskan adanya kontribusi *brand ambassador*, harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 63,3%, sisanya 36,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

5.2 Implikasi manajerial

Berdasarkan Peneliti dapat membuat rekomendasi berikut berdasarkan temuan penelitian:

1. Agar produk sepatu nike tetap di senangi oleh konsumen maka nike harus menggandeng selebriti atau aktor lainnya. tujuan nya untuk meningkatkan penjualan dan dengan digandengnya aktor atau *selebriti*

sebagai *brand ambassador* yang digunakan maka akan semakin banyak konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

2. Meskipun harga yang diberikan nike sudah sesuai dengan kemampuan finansial konsumen produk sepatu nike, nike juga harus melakukan diskon di beberapa hari besar seperti akhir tahun tujuannya untuk memperluas pangsa pasar.
3. Meskipun kualitas produk sepatu nike sudah sesuai dengan keinginan konsumen, produsen produk sepatu nike harus terus berinovasi tujuannya agar tidak kalah saing dari pihak kompetitor sehingga nantinya akan terjadi peningkatan penjualan yang lebih baik.
4. Untuk mendapatkan gambaran yang lain variabel tambahan diperlukan dalam penelitian ini yang perlu diteliti oleh peneliti lain.

