

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu angkat besi adidas. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil pengujian hipotesis secara parsial uji T variabel citra merek diperoleh nilai T-hitung sebesar 2,568 sedangkan statistik table (T tabel) sebesar 1,991 dan nilai signifikansi variabel citra merek 0,012 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa citra merek secara parsial memiliki berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Dari hasil pengujian hipotesis secara parsial uji T variabel kualitas produk diperoleh nilai T-hitung sebesar 3,851 sedangkan statistik table (T tabel) sebesar 1,991 dan nilai signifikansi variabel kualitas produk 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Dari hasil pengujian dengan hipotesis secara simultan diperoleh nilai F hitung 13.764 > F tabel 3.12 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 yaitu sebesar 0,000. Karena memiliki signifikansi lebih kecil dari α (0,05) yaitu sebesar 0,000 menunjukkan bahwa keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh citra merek dan kualitas produk. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuji menggunakan analisis regresi berganda, maka dapat dipastikan bahwa citra merek dan kualitas produk terbukti mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian

sepatu angkat besi adidas. Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,244 atau sama dengan 24,4%. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 24,4% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel independen seperti citra merek dan kualitas produk. Sementara sisanya 75,6% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain atau variabel-variabel lain diluar model dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian, hasil pembahasan serta kesimpulan yang diperoleh maka implikasi manajerial yang dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Dari hasil citra merek, perusahaan hendaknya mampu mempertahankan dan terus meningkatkan citra merek yang sudah ada dengan cara melakukan promosi dengan banyak menggunakan atlit-atlit ternama dan juara dibidangnya agar tercipta kesan bahwa sepatu angkat besi adidas banyak dipakai oleh para juara
2. Dari hasil kualitas produk, perusahaan hendaknya mampu mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas dari produk sepatu angkat besi dengan cara meningkatkan kualitas bahan baku yang digunakan dalam proses produksi serta perusahaan juga harus selektif dalam pengecekan ulang produk yang akan dikirim ke konsumen agar produk bebas cacat
3. Dari hasil keputusan pembelian, perusahaan hendaknya mempertahankan citra merek dan kualitas produk yang ada, dengan citra merek dan kualitas produk yang baik maka konsumen akan setia dan berpikir untuk melakukan pembelian ulang. Selain itu perusahaan juga dapat mengembangkan produk terutama dalam hal desain yang nantinya akan memberikan banyak variasi produk yang dapat dipilih konsumen.

5.3 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

Berikut adalah beberapa saran yang penulis ajukan untuk penelitian selanjutnya;

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi peneliti selanjutnya yakni dalam program studi manajemen.

2. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti desain produk, harga dan promosi.
3. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah sampel sehingga hasil penelitian bisa digeneralisasi lebih luas.
4. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan software statistic lain seperti SEM AMOS atau SEM LISREL

