

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Untuk menjawab rumusan masalah, penelitian yang dibahas di bab sebelumnya peneliti telah mengambil beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Variabel Citra Merek berdampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian untuk membeli sepatu Converse di Shopee di Jakarta Selatan. dapat diketahui bahwa pada nilai Beta nya sebesar 0,286 dan nilai signifikasinya adalah 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dalam hal ini pernyataan responden memiliki nilai tinggi terhadap popularitas yang baik sebagai salah satu perusahaan di bidang sepatu, dengan demikian semakin tinggi tingkat popularitas yang baik akan memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian.
2. Variabel Kualitas Produk berdampak positif dan signifikan pada keputusan untuk membeli sepatu Converse di Shopee di Jakarta Selatan. dapat diketahui bahwa nilai Beta nya sebesar 0,575 dan nilai signifikasinya adalah 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dalam hal ini nama dari produk sepatu converse memiliki arti yang menarik maka, semakin besar juga keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.
3. Variabel *Brand Awareness* berdampak positif terhadap keputusan pembelian sepatu Converse pada Shopee di Jakarta Selatan. dapat diketahui bahwa nilai Beta nya sebesar 0,124 dan nilai signifikasinya adalah 0,166 yang artinya bahwa H_0 diterima dan H_3 ditolak. Dapat disimpulkan bawa *Brand Awareness* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepatu converse di Jakarta selatan, tetapi tidak signifikan. Dalam hal ini responden menilai bahwa ketika sedang memakai sepatu merek lain, dipikrannya tetap mengingat sepatu Converse.

B. SARAN

Berdasarkan dari temuan penelitian serta kesimpulan, penulis mampu memberikan saran yang diinginkan mampu memberikan dampak positif pada perusahaan dan juga penelitian selanjutnya:

1. Hal yang perlu diperhatikan terhadap variabel citra merek adalah pada pernyataan 2 yaitu seberapa puas konsumen terhadap pelayanan e-commerce sepatu Converse di Shopee, memiliki nilai rata-rata paling rendah dengan nilai 4,06
2. Hal yang perlu diperhatikan dalam variabel kualitas produk adalah pernyataan 3 yaitu tampilan produk yang ada di aplikasi Shopee sejalan dengan produk yang diterima konsumen, dengan nilai rata-rata sebesar 3,89
3. Hal yang perlu diperhatikan dalam variabel *brand awareness* adalah pernyataan 2 yaitu produk converse mudah saya kenal dibanding merek sepatu lainnya, karena memiliki nilai rata-rata paling rendah sebesar 3,90

