

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai keputusan pembelian Sepatu Nike di wilayah Jakarta Timur dengan mempertimbangkan kualitas produk dan citra merek, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk (X1) dan citra merek (X2) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini dibuktikan melalui uji F, di mana nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel ( $121,857 > 3,09$ ). Persamaan regresi yang diperoleh adalah  $Y = 6.148 + 0.250 (X1) + 0.700 (X2)$ , yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh kualitas produk (X1) dan citra merek (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) dapat dilihat dari hasil uji koefisien determinasi sebesar 71,5%.
2. Variabel kualitas produk (X1) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini dibuktikan melalui uji T, di mana nilai Thitung lebih besar dari Ttabel ( $4,248 > 1,984$ ). Besarnya pengaruh kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) dapat dilihat dari hasil uji koefisien determinasi sebesar 55,0%.
3. Variabel citra merek (X2) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini dibuktikan melalui uji T,

di mana nilai  $T_{hitung}$  lebih besar dari  $T_{tabel}$  ( $7,505 > 1,984$ ). Besarnya pengaruh citra merek ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) dapat dilihat dari hasil uji koefisien determinasi sebesar 66,2%.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, berikut adalah saran yang dapat penulis berikan:

1. Berdasarkan hasil dari penelitian, terdapat pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sebesar 71,5%, termasuk kategori kuat. Oleh karena itu, penulis memberi saran agar Sepatu Nike terus mempertahankan kualitas produk dan citra merek agar tetap terjaga, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian. Salah satu usaha meningkatkan kualitas produk dan citra merek yaitu dengan mempertahankan kenyamanan untuk mendukung aktivitas dengan baik dan logo Nike yang mudah dikenali.
2. Berdasarkan hasil dari penelitian, terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar. Oleh karena itu, penulis memberi saran agar Sepatu Nike terus mempertahankan kualitas produknya, sehingga dapat mendorong pembelian ulang. Salah satu usaha meningkatkan kualitas produk yaitu dengan terus meningkatkan dan mempertahankan kenyamanan untuk mendukung aktivitas dengan baik pada Sepatu Nike, dilihat dari besarnya hasil pada pernyataan kinerja dari indikator variabel kualitas produk.

3. Berdasarkan hasil dari penelitian, terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sebesar. Oleh karena itu, penulis memberi saran agar Sepatu Nike terus mempertahankan citra merek agar semakin dikenal baik di Indonesia. Dengan memiliki keunggulan, keunikan, dan nilai tambah pada produknya, Nike dapat lebih mudah diingat oleh konsumen, sehingga mendorong pembelian ulang. Salah satu usaha meningkatkan citra merek yaitu dengan terus mempertahankan simbol atau logo Nike yang sangat mudah dikenali, dilihat dari besarnya hasil pada pernyataan identitas merek dari indikator variabel citra merek.

