

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dengan pengolahan data menggunakan SPSS for Windows versi 22 mengenai pengaruh brand image, gaya hidup dan country of origin terhadap keputusan pembelian sepatu merek vans pada mahasiswa di Kuningan, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Brand Image (X1), Gaya Hidup (X2) dan Country Of Origin (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Artinya bahwa ketiga faktor tersebut dapat meningkatkan kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian. Brand Image yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli produk. Selain itu, gaya hidup konsumen yang sesuai dengan produk yang ditawarkan dapat mendorong mereka untuk melakukan pembelian, karena produk tersebut dianggap relevan dengan identitas dan nilai-nilai yang mereka anut. Di sisi lain, negara asal produk dapat memberikan persepsi tertentu tentang kualitas dan keandalan, yang juga berkontribusi pada keputusan pembelian konsumen. Secara keseluruhan, ketiga faktor ini saling berinteraksi dan berkontribusi secara signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
- b. Brand image (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Artinya semakin tinggi brand image dalam memuaskan konsumen. Maka akan menyebabkan tingkat penjualannya meningkat.
- c. Gaya hidup (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Artinya ketika konsumen merasa bahwa produk atau layanan yang ditawarkan sesuai dengan gaya hidup mereka, mereka cenderung lebih termotivasi untuk melakukan pembelian.
- d. Country of origin (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Artinya ketika konsumen mengetahui bahwa suatu produk

berasal dari negara yang dikenal dengan reputasi baik dalam industri tertentu, mereka cenderung lebih percaya dan lebih tertarik untuk melakukan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran untuk dijadikan masukan dimasa yang akan datang. Adapun saran peneliti adalah sebagai berikut :

A. Bagi perusahaan

1. Berdasarkan kesimpulan sebagaimana telah diuraikan sebelumnya mengenai mengenai hasil penelitian yang menunjukkan bahwa brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, disarankan agar Sepatu Vans melakukan iklan atau endorsement untuk meningkatkan populasitas merek. Dengan meningkatkan brand image melalui strategi pemasaran yang efektif, diharapkan dapat menarik lebih banyak konsumen dan pada akhirnya meningkatkan penjualan Sepatu Vans.
2. Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebaiknya disarankan agar sepatu vans menambah variasi produk yang ditawarkan. Dengan menyediakan lebih banyak pilihan, konsumen dapat memilih produk yang sesuai dengan kepribadian dan gaya hidup mereka, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan keputusan pembelian.
3. Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa negara asal (country of origin) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, disarankan agar perusahaan menawarkan kualitas produk yang ditawarkan. Dengan meningkatkan kualitas, konsumen akan lebih cenderung melakukan pembelian ulang, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan produk secara keseluruhan.

4. Berdasarkan kesimpulan sebagaimana telah diuraikan sebelumnya mengenai hasil penelitian yang menunjukkan bahwa keputusan pembelian memiliki pengaruh menyarankan agar sepatu vans menawarkan berbagai pilihan produk seingga menawarkan pilihan merek yang lebih bervariasi. Hal ini dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen dengan memberikan pilihan yang lebih beragam sesuai dengan preferensi mereka.

B. Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya bermaksud melakukan penelitian dibidang manajemen pemasaran pada suatu perusahaan, hasil penelitian menunjukkan terdapat 81,7% yang mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan dalam penelitian ini 18,3% yang mempengaruhi keputusan pembelian yang dalam penelitian ini tidak diteliti. Untuk itu bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti promosi, harga, kualitas produk, dan elektronik word of mouth ketika kembali mengenai keputusan pembelian, sehingga diperoleh hasil yang lebih akurat terkait faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.