

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1 SIMPULAN**

Berdasarkan pada hasil analisis data memakai SmartPLS 3.0 mengenai pengaruhnya dari *brand ambassador*, kualitas produk maupun harga pada keputusan pembeliannya dari sepatu basket Nike, peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut

*Brand ambassador* memberi pengaruh signifikan pada keputusan pembelian. Hal ini membuktikan jika *brand ambassador* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dari pengguna sepatu basket Nike. Tetapi pengaruh yang diberikan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian berdasarkan hasil yang diperoleh tidak terlalu besar. Hal itu dapat disebabkan karena masyarakat yang kurang *aware* terhadap *brand ambassador*.

Kualitas produk memberikan pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Maka penelitian mampu membuktikan jika kualitas produk memberikan pengaruh kuat dalam meningkatkan keputusan pembelian yang dalam penelitian ini merupakan sepatu basket. dapat diketahui berdasarkan hasil yang didapatkan jika variabel kualitas produk memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menandakan jika kualitas produk merupakan hal yang paling diperhatikan konsumen dalam membeli produk sepatu basket Nike.

Harga memberi pengaruh secara signifikan pada keputusan pembelian. Berdasarkan hasil yang diperoleh dapat diketahui jika variabel harga memiliki pengaruh yang tidak terlalu besar. Hal tersebut dapat dikaitkan dengan harga-harga sepatu basket yang tidak berbeda jauh dari masing-masing produknya.

## V.2 Saran

Setelah adanya kesimpulan yang ada pada penelitian yang dilakukan, peneliti membuat berbagai saran guna dijadikan evaluasi bagi perusahaan serta peneliti berikutnya, antara lain:

1. Bagi perusahaan
  - a. Peneliti menyarankan kepada perusahaan Nike untuk lebih memanfaatkan *brand ambassador* yang digunakan. Hal itu karena pengaruh yang diberikan *brand ambassador* tidak terlalu besar. Dimana hal tersebut seharusnya bisa lebih ditingkatkan karena mengingat *brand ambassador* sepatu basket Nike merupakan atlet basket NBA, yang memiliki hubungan yang dengan dan langsung dengan para konsumen dari Nike. Sehingga dengan lebih memanfaatkan dan meningkatkan *awareness* konsumen terhadap *brand ambassador* yang digunakan, maka akan dapat memberikan manfaat yang baik pada Nike.
  - b. Peneliti menyarankan agar Nike mempertahankan desain yang sudah beragam dan variatif pada produk sepatu basketnya. Dan juga untuk Nike mempertahankan kualitas yang sudah diberikan kepada konsumen. Karena mengingat pengaruh yang diberikan oleh kualitas produk terhadap keputusan pembelian besar. Sehingga disarankan untuk tetap konsisten terhadap produk sepatu basket dan juga inovasi terhadap desain untuk selalu memberikan desain yang variatif untuk konsumen.
  - c. Peneliti menyarankan Nike untuk lebih memperhatikan harga yang ditetapkan oleh Nike dalam produk sepatu basket. Karena pengaruh yang diberikan harga terhadap keputusan pembelian tidak terlalu besar. Sehingga Nike bisa memberikan harga yang lebih bervariasi yang disesuaikan dengan kualitas yang diberikan. Dan saran lainnya yaitu bisa memberikan diskon untuk produk sepatu basket agar dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli.
2. Bagi peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti berikutnya diharapkan dapat meneliti lebih dalam terkait variabel ini dan juga peneliti menyarankan untuk menggunakan variabel lainnya dan terbaru seperti *brand reputation*, *brand competence*, *brand liking*, dan lainnya, sehingga topik dari keputusan pembelian dapat berkembang seiring dengan adanya perkembangan zaman dan teknologi. Kemudian peneliti bisa lebih melakukan pendekatan dengan responden agar dapat memudahkan peneliti dalam memperoleh data yang sesuai dengan kondisi yang ada sesungguhnya.