

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### V.1 Kesimpulan

Berikut ini adalah kesimpulan yang didapatkan dari analisis serta pembahasan mengenai keputusan pembelian pada produk sepatu converse.

*Brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yang mempunyai arti brand image masih memiliki pengaruh keputusan pembelian. Semua indikator memberikan pengaruh, namun pada indikator BI 6 memberikan pengaruh dimana konsumen tertarik untuk membeli karena brand converse memiliki model yang vintage dan trandi. *Brand image* yang baik meliputi keunggulan asosiasi merek, kekuatan asosiasi merek dan keunikan dari asosiasi merek sehingga menyebabkan keputusan pembelian pada produk converse. . Sehingga hasil yang di dapat dari variabel *brand image* ini sejalan dengan hipotesis, yang dimana brand image berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

*Brand trust* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yang mempunyai arti bahwa brand trust masih dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Seluruh indikator memberikan pengaruh, lalu pada BT 2 memberikan kontribusi yang sangat besar dimana konsumen percaya untuk membeli produk converse karena design yang dikeluarkan serta warna mengikuti kesan anak muda milenial sekali. Sehingga hasil yang di dapat dari variabel *brand trust* ini sejalan dengan hipotesis, yang dimana brand image berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

*Viral marketing* berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian Somethinc, yang memiliki arti bahwa *viral marketing* masih dapat mempengaruhi keputusan pembelian. *Viral marketing* yang terdiri dari *Massanger, Environment dan Massage* dapat menyebabkan keputusan pembelian pada produk converse . Seluruh indikator pada variabel memberikan pengaruh, sedangkan pada indikator VM 5 yang mempunyai kontribusi besar dalam membangun variabel viral marketing yaitu pelanggan untuk tertarik dalam membeli produk converse karena mudahnya untuk mengetahui informasi mengenai variasi produk converse melalui sosial media. Karena dapat memberikan insight terkait seperti apa produk tersebut,

apakah memang produk itu bagus atau tidak berdasarkan dari review yang diberikan melalui internet, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian pada produk. Sehingga hasil *viral marketing* sejalan dengan hipotesis, yaitu *viral marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

## V.2 Saran

Berikut adalah saran bagi pihak Converse juga bagi peneliti selanjutnya yang didasari dari hasil penelitian ini:

- a. Converse diharapkan dapat terus mampu menjaga citra merek yang dipunya serta kepercayaan konsumen yang telah ada dari masa lampau hingga saat ini. Agar ciri khas yang dimiliki oleh Converse tidak membuat kecewa para konsumennya.
- b. Terus mempertahankan kualitas produknya, dengan memakai material barang yang bagus juga kekinian bagi generasi- generasi selanjutnya.
- c. Mampu diharapkan terus membuat *campaign*, seperti yang sekarang ini terus rutin dilakukan oleh Converse di beberapa store. Sehingga membuat konsumennya tertarik untuk terus mengulik apa yang sedang Converse buat. Serta di akun social media yang dipunya bisa lebih terus mengikuti trend fashion dari waktu ke waktu.
- d. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mencoba meneliti dengan menggunakan variabel yang lain seperti; harga, kualitas produk, promosi penjualan. Diharapkan juga dapat melakukan penelitian dengan brand yang tentunya berbeda juga.