

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian secara statistik mengenai pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu *Converse All Star* pada mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya tahun angkatan 2018, maka kesimpulan yang diperoleh yaitu sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian secara statistik pada uji *Anova* atau uji simultan (Uji F) diperoleh F hitung sebesar 63.816. sehingga F hitung lebih besar dari pada F table ($63.816 > 2,70$). Maka dapat dikatakan bahwa variabel citra merek dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu *Converse All Star* pada mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya tahun angkatan 2018.
2. Dari hasil pengujian secara statistik pada Uji t (uji parsial) menunjukkan bahwa hasil signifikansi untuk setiap variabel yaitu:
 - a. Citra merek (X_1) berpengaruh positif namun tidak signifikan secara parsial terhadap keputusan mahasiswa dalam pembelian produk sepatu *Converse All Star*. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung yang lebih kecil daripada t table, yaitu $1,167 < 1,661$.
 - b. Kualitas produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan mahasiswa dalam pembelian produk sepatu *Converse All Star*. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung yang lebih besar daripada t table, yaitu $5,772 > 1,661$.Dari kedua variabel tersebut variabel yang paling mempengaruhi keputusan mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya tahun angkatan 2018 dalam pembelian produk sepatu *Converse All Star* adalah variabel kualitas produk.
3. Variabel citra merek dan variabel kualitas produk yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam pembelian produk sepatu *Converse All Star* dalam penelitian ini sebesar 56,8%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu *Converse All Star* pada mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya tahun angkatan 2018, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji regresi berganda citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, diharapkan perusahaan agar dapat lebih memahami karakteristik dari konsumennya dan apa saja yang mereka butuhkan dan inginkan agar kedepannya *Converse All Star* dapat lebih mencerminkan citra dari konsumennya, dengan demikian perusahaan akan lebih mudah menarik minat konsumen yang memiliki karakteristik yang sama dengan citra dari *Converse All Star* untuk membeli produk sepatu *Converse All Star*.
2. Berdasarkan hasil uji regresi berganda kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini menjadi jawaban konsumen lebih banyak melihat kualitas produk sebelum memutuskan pembelian sepatu *Converse All Star* dan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, diharapkan perusahaan untuk selalu meningkatkan kualitas daya tahan sepatu agar lebih unggul dari sepatu merek lain dan selalu mempertahankan kualitas kenyamanan agar bisa digunakan diberbagai kegiatan.