

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh kualitas produk, *brand trust* dan *brand awareness* terhadap variabel keputusan pembelian sepatu merek ventela pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. H1 diterima. Hasil uji statistik t kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu merek ventela. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $4,839 > t_{tabel} ,375$ dan nilai Sig $0,000 < 0,05$.
2. H2 diterima. Hasil uji statistik t *brand trust* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu merek ventela. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $3,406 > t_{tabel} 2,048$ dan nilai Sig $0,002 < 0,05$.
3. H3 diterima. Hasil uji statistik t *brand awareness* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan keputusan pembelian sepatu merek ventela, Hal ini dibuktikan dengan thitung $4,395 > t_{tabel} ,375$ dan nilai Sig $0,002 < 0,05$.
4. H4 diterima. Hasil uji statistik F dengan Fhitung $124,137 > F_{tabel} 2,81$ dan nilai Signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya variabel kualitas produk, brand trust dan *brand awareness* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian sepatu merek ventela.

5. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) pengujian regresi diperoleh nilai *Adjusted R square* sebesar 0,767 atau 76,7%. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen, yaitu kualitas produk, *brand trust* dan *brand awareness* sebesar 76,7%, sedangkan 23,3% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diuji dalam penelitian ini.
6. Hasil Regresi Linier Berganda menjelaskan bahwa diperoleh hasil *koefisien* untuk variabel bebas kualitas produk (X_1) = 0,310, *brand trust* (X_2) = 0,373, *brand awareness* (X_3) = 0,165 dan Konstanta = ,375, maka dapat dilakukan dengan perhitungan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,375 + 0,310X_1 + 0,373X_2 + 0,165X_3 + e$$

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

Tingginya persaingan dalam bisnis sepatu terutama sepatu untuk kalangan anak muda diharapkan pihak Ventela dapat selalu mempertahankan konsumen dengan menjaga kualitas produk, *brand trust* dan *brand awareness* karena hasil penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan evaluasi perusahaan sebagai dasar pengambilan keputusan terhadap penerapan strategi marketing kedepannya.

2. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Untuk mendorong pengembangan ilmu pengetahuan, peneliti berharap bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan

pemahaman dan pengalaman tentang kualitas produk, *brand trust* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi Penelitian Terdahulu

Bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian di masa depan, diharapkan dapat menambahkan variabel yang belum termasuk dalam penelitian ini, dan mempertimbangkan menggunakan objek penelitian yang berbeda untuk memperluas cakupan dalam bidang ini.