

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari analisis data dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepatu Specs pada Mahasiswa di Kota Langsa.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepatu Specs pada Mahasiswa di Kota Langsa.
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepatu Specs pada Mahasiswa di Kota Langsa.
4. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepatu Specs pada Mahasiswa di Kota Langsa.
5. Citra merek, kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepatu Specs pada Mahasiswa di Kota Langsa.
6. Dari analisis koefisien determinasi diketahui bahwa variabel citra merek, kualitas produk, harga, dan promosi mempengaruhi keputusan pembelian produk sepatu Specs pada Mahasiswa di Kota Langsa sebesar 48,4%, sedangkan sisanya 51,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini seperti gaya hidup, saluran distribusi (*place*), dan citra perusahaan.

5.2. Saran

Adapun saran dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Produsen sepatu Specs harus lebih meningkatkan promosi dengan memberikan potongan harga pada model tertentu agar pembelian semakin meningkat.
2. Produsen Specs harus terus menjaga dan meningkatkan kualitas sepatu Specs terutama dalam hal material yang digunakan serta kenyamanan penggunaan produk.
3. Harga sepatu Specs hendaknya tidak terlalu mahal seperti produk sepatu impor lain. Hal ini dilakukan supaya produk sepatu Specs dapat bersaing dengan produk sepatu impor.