

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis mengenai Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada produk Sepatu Converse (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Medan) maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel *brand image* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Sepatu Converse (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Negeri Medan) yang dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,834 > 1,664$ ) dengan signifikansi  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) pada tingkat signifikansi 5%. Hal ini berarti semakin baik *brand image* bagi konsumen, maka tingkat keputusan pembelian konsumen akan semakin meningkat, sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis penelitian diterima.
2. Variabel kualitas produk memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Sepatu Converse (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Negeri Medan) yang dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,589 > 1,664$ ) dengan signifikansi  $< 0,05$  ( $0,012 < 0,05$ ) pada tingkat signifikansi 5%. Hal ini berarti semakin baik kualitas produk bagi konsumen, maka tingkat keputusan pembelian konsumen akan semakin meningkat, sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis penelitian diterima.
3. Variabel *brand image* dan kualitas produk secara positif dan signifikan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Sepatu Converse (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Negeri Medan) yang dapat dilihat dari nilai  $F_{hitung}$  sebesar 36,784 pada taraf signifikansi 5% ( $=0,05$ ). Adapun  $F_{tabel}$  diperoleh dengan rumus  $df1 = k-1$  dan  $df2 = n-k$  (2,77) adalah 3,12. Dengan demikian nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $36,784 > 3,12$ ) dengan nilai signifikansi  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) yang bermakna bahwa *brand image* ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) secara bersama-sama

atau simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) sehingga dapat dikatakan hipotesis penelitian diterima.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut ini:

1. Bagi peneliti, diharapkan untuk menambah jumlah responden yang lebih besar juga diharapkan menggunakan metode penelitian yang berbeda sebagai bahan perbandingan antara metode satu dengan yang lainnya.
2. Bagi produk Converse diharapkan *Brand image* yang baik dan melekat harus mampu diciptakan oleh *perusahaan* Sepatu Converse dengan memberikan inovasi-inovasi produk terbaru dan *up to date* yang menjadikan perusahaan tersebut melekat diingatan konsumen dan dapat menjadikan referensi bagi calon konsumen lain untuk melakukan pembelian di tempat tersebut
3. Bagi mahasiswa Universitas Negeri Medan diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk melakukan penelitian lainnya dengan menambah variabel lain atau juga dengan mengganti produk lainnya
4. Kepada peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian sejenis, diharapkan untuk mencoba meneliti dengan variabel-variabel lainnya yang belum digunakan dalam penelitian ini, hal ini disebabkan pada dasarnya ada banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi tinggi rendahnya keputusan pembelian.