

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh citra merek dan *brand ambassador* berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Ortuseight di Bandar Lampung. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

4. Citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Ortuseight di Bandar Lampung
5. *Brand ambassador* berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Ortuseight di Bandar Lampung
6. Citra merek dan *brand ambassador* berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Ortuseight di Bandar Lampung

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran baik PT. Vita Nova Atletik sebagai produsen sepatu futsal Ortuseight maupun bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut,

1. Menyarankan kepada pihak PT. Vita Nova Atletik sebagai produsen sepatu futsal Ortuseight untuk meningkatkan citra merek melalui desain logo yang menarik, mengiklankan produknya di media sosial sehingga meningkatkan popularitas dari sepatu futsal Ortuseight sehingga berdampak pada peningkatan keputusan pembelian konsumen pada sepatu futsal Ortuseight
2. Menyarankan kepada pihak PT. Vita Nova Atletik sebagai produsen sepatu futsal Ortuseight untuk meningkatkan fungsi dari *brand ambassador* menginformasikan kelebihan - kelebihan

produk sepatu futsal Ortuseight dengan baik kepada konsumen, tetap mempertahankan prestasi yang ada sehingga memberikan persepsi positif konsumen mengenai *brand ambassador* sepatu futsal Ortuseight dan mengganti atau menambah atlit futsal yang jauh lebih terkenal dibanding saat ini menjadi *brand ambassador* sepatu futsal Ortuseight sehingga berdampak pada peningkatan keputusan pembelian konsumen pada sepatu futsal Ortuseight

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Dalam penelitian ini menggunakan variabel pengaruh citra merek dan *brand ambassador* berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Ortuseight di Bandar Lampung. Untuk pengembangan mendatang masih memungkinkan untuk mengukur menambahkan variabel lain seperti Pengaruh *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian melalui citra merek

