

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh kepercayaan merek dan loyalitas merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas di Bandar Lampung. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kepercayaan merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas di Bandar Lampung
2. Loyalitas merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas di Bandar Lampung
3. Kepercayaan merek dan Loyalitas merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas di Bandar Lampung

4.2 Saran

4.7.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran baik kepada produsen sepatu Adidas maupun bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut,

1. Menyarankan kepada pihak produsen sebagai produsen sepatu Adidas untuk meningkatkan kepercayaan merek melalui desain logo yang menarik, mengiklankan produknya di media sosial sehingga meningkatkan popularitas dari sepatu Adidas sehingga berdampak pada peningkatan keputusan pembelian konsumen pada sepatu Adidas
2. Menyarankan kepada pihak produsen sebagai produsen sepatu Adidas untuk meningkatkan fungsi dari loyalitas merek menginformasikan kelebihan - kelebihan produk sepatu Adidas dengan baik kepada konsumen, tetap mempertahankan prestasi yang ada sehingga berdampak pada peningkatan keputusan pembelian konsumen pada sepatu Adidas

4.7.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Dalam penelitian ini menggunakan variabel pengaruh kepercayaan merek dan loyalitas merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas di Bandar Lampung. Untuk pengembangan mendatang masih memungkinkan untuk mengukur menambahkan variabel lain seperti Pengaruh loyalitas merek terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan merek