

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 simpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh *brand image*, kepercayaan merek, dan *viral marketing* terhadap keputusan pembelian sepatu *Converse* dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *brand image* mempunyai nilai koefisien regresi $b = 0,309$ dan t hitung sebesar $4,584 > t_{\text{tabel}} (1,984)$ dengan signifikansi sebesar 0,000 kurang dari taraf signifikan yaitu 0,05. Dengan demikian, *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu “*Converse*”.
2. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kepercayaan merek mempunyai nilai koefisien regresi $b = 0,142$ dan t hitung sebesar $2,779 > t_{\text{tabel}} (1,984)$ dengan signifikansi sebesar 0,007 kurang dari taraf signifikan yaitu 0,05. Dengan demikian, kepercayaan merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu “*Converse*”.
3. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *viral marketing* mempunyai nilai koefisien regresi $b = 0,451$ dan t hitung sebesar $6,882 > t_{\text{tabel}} (1,984)$ dengan signifikansi sebesar 0,000 kurang dari taraf signifikan yaitu 0,05. Dengan demikian, *viral marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu “*Converse*”.

5.2 Saran

Berdasarkan dalam penelitian ini maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat menjadi acuan bagi peneliti yang lain agar dapat mengoreksi dan melakukan penelitian selanjutnya.
2. Untuk calon konsumen sepatu *Converse* sebaiknya sebelum melakukan pembelian diharapkan dapat mempertimbangkan variabel *brand image*, kepercayaan merek, dan *viral marketing*.

3. Dengan adanya penilaian responden yang rendah pada indikator estetika maka diharapkan agar perusahaan *Converse* meningkatkan nilai estetika.
4. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas wilayah penelitian, obyek yang berbeda dan dapat memperbanyak sampel dari penelitian ini, sehingga menjadikan keterbaharuan penelitian.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat keterbatas yaitu sebagai berikut:

1. Data penelitian diperoleh dari hasil jawaban kuisisioner yang dibagikan kepada responden yang minat membeli sepatu *Converse* melalui online dengan menggunakan google forms.
2. Penelitian ini hanya dilakukan di Bekasi Barat dan keterbatasan sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya berjumlah 100 sampel yang minat membeli sepatu *Converse*.
3. Keterbatasan dalam pengumpulan data dengan penyebaran kuisisioner melalui google forms, sehingga terkadang responden menjawab dengan tidak menjelaskan keadaan yang sebenarnya.