

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh beberapa variabel terhadap keputusan pembelian Sepatu *Sneakers* Nike, maka peneliti dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. *Brand Image* mampu memberikan konstibusi terhadap keputusan pembelian pada sepatu *sneakers* Nike. *Brand Image* yang baik dan positif akan berdampak pada meningkatnya keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen. Sehingga, semakin baik *brand image* yang ada pada suatu produk maka konsumen akan cenderung tertarik untuk melakukan keputusan pembelian dengan citra merek yang baik dibandingkan merek lainnya
2. *Celebrity Endorser* mampu memberikan konstibusi terhadap keputusan pembelian pada sepatu *Sneakers* Nike. *Celebrity Endorser* yang memiliki daya tarik yang positif dan tepat akan berdampak pada meningkatnya keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jika suatu produk ditawarkan oleh *Celebrity Endorser* yang memiliki daya tarik fisik maupun kepribadian, dapat dipercaya, dan ahli atau memiliki product knowledge yang baik, maka produk tersebut cenderung diminati konsumen sehingga konsumen memutuskan untuk membeli produk yang dipromosikan oleh *Celebrity Endorser* tersebut.

3. *Lifestyle* mampu memberikan konstribusi terhadap keputusan pembelian pada sepatu *sneakers* Nike. *Lifestyle* yang positif atau sesuai dengan ketertarikan dan minat yang diinginkan oleh konsumen akan berdampak pada meningkatnya keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan *lifestyle* dengan keputusan pembelian dimana semakin perusahaan menyesuaikan *lifestyle* yang ada di konsumen, maka dapat meningkatkan pula terhadap keputusan pembelian pada konsumen.

5.2 Saran

Sehubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini beserta hasil analisa data yang telah disajikan, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, antara lain sebagai berikut :

1. Perusahaan Nike diharapkan dapat aktif memantau segala perkembangan yang dilakukan oleh perusahaan pesaing agar dapat selalu mengetahui posisi dan megungguli segala persaingan yang terus bermunculan dan semakin kompetitif terlebih pada sektor industri sepatu *sneakers*. Sehingga *Brand Image* yang ditanam oleh perusahaan pada benak konsumen tidak mengalami penurunan dengan munculnya merek baru pada industri sepatu *sneakers*. Dari hasil analisis variabel *Brand Image* dalam penelitian ini juga dapat diketahui bahwa indikator yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah “Personalitas Merek”. Sehingga perusahaan Nike diharapkan dapat terus mengembangkan karakter merek yang mudah dikenali dan dapat dengan mudah dibedakan dengan merek lain sehingga mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap sepatu *sneakers* Nike.
2. Perusahaan Nike diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan penambahan *celebrity endorser* sepatu *sneakers* Nike agar produk sepatu *sneakers* Nike dapat menjadi produk pilihan konsumen daripada produk sepatu *sneakers* lainnya. Dari hasil analisis variabel *Celebrity Endorser* dalam penelitian ini juga dapat diketahui bahwa indikator yang paling berpengaruh

terhadap keputusan pembelian adalah “*Attraction*” (Daya Tarik) atau diartikan sebagai daya tarik *celebrity endorser* didalam memberikan pengaruh yang positif kepada merek yang dibawakannya. Diharapkan perusahaan Nike mampu memilih *celebrity endorser* yang memiliki daya tarik fisik maupun kepribadian, dapat dipercaya, dan memiliki *product knowledge* yang baik sehingga mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap sepatu *sneakers* Nike.

3. Perusahaan Nike diharapkan mampu mewujudkan produk yang menyesuaikan *lifestyle* para konsumen. Dengan melakukan penyesuaian produk sepatu *sneakers* Nike dengan perkembangan zaman, maka dapat memunculkan adanya kesesuaian antara sepatu *sneakers* Nike dengan ketertarikan dan minat yang diinginkan oleh konsumen. Dari hasil analisis variabel *Lifestyle* menunjukkan bahwa indikator yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah *Interest* (Minat). Diharapkan perusahaan Nike dapat menyesuaikan produk yang dihasilkan dengan ketertarikan dan minat yang diinginkan oleh konsumen. Sehingga dapat mempengaruhi peningkatan keputusan pembelian konsumen terhadap sepatu *sneakers* Nike.
4. Bagi peneliti lain yang akan meneliti sepatu *sneakers* Nike diharapkan mampu mengembangkan teori yang berhubungan dengan perusahaan serta dapat mencari referensi variabel lain yang relevan terhadap fenomena yang dihadapi perusahaan kedepan.