

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Hasil dari penelitian pengaruh *ergonomic*, *product display*, *brand image*, dan *product knowledge* terhadap purchase intention dengan price discount sebagai variabel moderasi yang telah dilakukan analisis, didapat kesimpulan sebagai berikut.

1. *Ergonomic* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *purchase intention* sepatu aerostreet dengan nilai CR sebesar 0,769 dan *t* tabel sebesar ( $t_{hitung} < t_{tabel}$ ) serta memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,094.
2. *Product display* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *purchase intention* sepatu aerostreet dengan nilai CR sebesar 1,006 dan *t* tabel sebesar ( $t_{hitung} < t_{tabel}$ ) serta memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,150.
3. *Brand image* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *purchase intention* sepatu aerostreet dengan nilai CR sebesar 1,658 dan *t* tabel sebesar ( $t_{hitung} < t_{tabel}$ ) serta memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,283.
4. *Product Knowledge* tidak dapat dibuktikan dalam penelitian ini dikarenakan variabel ini (X4) dikeluarkan dari model penelitian.
5. *Price discount* belum mampu memoderasi pengaruh *ergonomic* terhadap *purchase intention* sepatu aerostreet.
6. *Price discount* belum mampu memoderasi pengaruh *product display* terhadap *purchase intention* sepatu aerostreet.

7. *Price discount* belum mampu memoderasi pengaruh *brand image* terhadap *purchase intention* sepatu aerostreet
8. *Product Knowledge* tidak dapat dibuktikan dalam penelitian ini dikarenakan variabel ini (X4) dikeluarkan dari model penelitian.

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang diperoleh terdapat beberapa saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut:

1. PT Adco Pakis Mas (Aerostreet) harus berbenah mengenai keergonomican sepatu, memperbaiki tampilan produk pada toko agar tidak kalah menarik dengan kompetitor serta meningkatkan citra brand dengan melakukan kolaborasi baik dengan brand lain atau influencer untuk menjaga dan membangun citra serta untuk memperluas pasar dan menarik pelanggan.
2. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pihak Aerostreet sebagai masukan terhadap persepsi responden atau konsumen untuk semakin meningkatkan minat beli konsumen agar dapat bersaing dengan kompetitor sehingga dapat memasuki daftar sepatu paling disukai masyarakat Indonesia
3. Peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian lanjutan dengan tema sejenis dapat mengembangkan sampai ke variabel pembelian dibandingkan dengan pada penelitian ini hanya sampai ke minat beli.