

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Bedasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji *brand awareness* dan *brand association* terhadap *repurchase intention* sepatu Dr. Martens di Kota Surabaya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Brand Awareness* mampu mendorong *repurchase intention* pada sepatu Dr. Martens di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya *Brand Awareness* yang dimiliki oleh konsumen berpengaruh terhadap tinggi rendahnya *repurchase intention*.
2. *Brand association* mampu mendorong *repurchase intention* pada sepatu Dr. Martens di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya *Brand association* yang dimiliki oleh konsumen berpengaruh terhadap tinggi rendahnya *repurchase intention*

5.2 Saran

Dari hasil penelitian ini dapat diberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan di waktu yang akan datang. Berikut beberapa saran yang dapat dipertimbangkan:

1. Diharapkan kualitas dan variasi sepatu Dr Martens harus lebih ditingkatkan lagi, dikarenakan sepatu menjadi alternatif pilihan sepatu boots oleh *customer*.

Sehingga customer bisa mengingat brand Dr. Martens dan timbul rasa ingin membeli Kembali (*Brand Recall*)

2. Diharapkan merek sepatu Dr. martens tetap konsisten terhadap desain sepatu yang melekat pada ciri khas. dikarenakan *customer* lebih memperhatikan desain daripada yang lain.
3. Peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian dengan menggunakan variable independen lainnya seperti Promosi, Harga, Citra Merek yang mampu mempengaruhi variabel dependen yaitu *repurchase intention*.