

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil analisis data dan pembahasan sebelumnya, terkait dengan kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu sandal Eiger di Surabaya sebagai berikut:

1. Kualitas produk memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian, artinya semakin baik kualitas produk maka semakin baik pula keputusan pembelian, begitupun sebaliknya.
2. Citra merek memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian, artinya semakin baik citra suatu merek maka semakin baik pula keputusan pembelian, begitupun sebaliknya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti, diantaranya sebagai berikut:

1. Eiger diharapkan mempertahankan kinerja dari pada kualitas produk, kinerja kualitas produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan untuk selanjutnya Eiger diharapkan meningkatkan kinerja dari kualitas produk untuk lebih baik.
2. Eiger diharapkan dapat mempertahankan keunggulan asosiasi merek dari pada citra merek, keunggulan asosiasi merek berpengaruh besar terhadap

keputusan pembelian dan untuk selanjutnya Eiger diharapkan dapat meningkatkan keunggulan asosiasi merek dari citra merek untuk lebih baik.

3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan meneliti variabel lain yang beda dari peneliti misal variabel harga, promosi dan pengalaman konsumen, untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Perluas lokasi penelitian ke kota-kota lain atau bandingkan antara beberapa kota untuk melihat apakah ada perbedaan dalam pengaruh variabel yang diteliti.