

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis *Partial Least Square* (PLS) untuk menguji pengaruh *brand image*, *lifestyle*, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepatu Vans pada kalangan gen Z di kabupaten Lamongan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* berkontribusi terhadap keputusan pembelian sepatu Vans pada kalangan Generasi Z di Kabupaten Lamongan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik *brand image* yang dimiliki Vans, maka kecenderungan konsumen dalam memutuskan pembelian sepatu Vans juga semakin tinggi.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *lifestyle* berkontribusi terhadap keputusan pembelian sepatu Vans pada kalangan Generasi Z di Kabupaten Lamongan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin *lifestyle* konsumen sesuai dengan karakteristik dan tren yang ditawarkan oleh sepatu Vans, maka kecenderungan konsumen dalam memutuskan pembelian sepatu Vans juga semakin tinggi.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga berkontribusi terhadap keputusan pembelian sepatu Vans pada kalangan Generasi Z di Kabupaten Lamongan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap harga sepatu Vans, maka kecenderungan konsumen dalam memutuskan pembelian sepatu Vans juga semakin tinggi.

5.2 Saran

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* berkontribusi terhadap keputusan pembelian sepatu Vans pada kalangan gen Z di Kabupaten Lamongan, Vans disarankan untuk terus memperkuat *brand image* melalui kualitas produk yang terus *upgrade*, serta membangun komunikasi pemasaran yang konsisten sehingga mampu menciptakan persepsi yang baik di benak konsumen. Dengan *brand image* yang semakin baik, diharapkan keputusan pembelian konsumen terhadap sepatu Vans juga akan semakin meningkat.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *lifestyle* berkontribusi terhadap keputusan pembelian sepatu Vans pada kalangan gen Z di Kabupaten Lamongan, Vans disarankan untuk terus mengikuti perkembangan *lifestyle* dan tren yang diminati oleh gen Z melalui pengembangan desain produk dan bisa juga berkolaborasi dengan berbagai pihak. Dengan demikian, produk Vans diharapkan tetap sesuai dengan *lifestyle* konsumen dan mampu meningkatkan keputusan pembelian.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga berkontribusi terhadap keputusan pembelian sepatu Vans pada kalangan gen Z di Kabupaten Lamongan, Vans disarankan untuk mempertahankan kesesuaian antara harga dan kualitas produk sehingga konsumen merasa harga yang ditawarkan sebanding dengan nilai yang diperoleh. Selain itu, perusahaan perlu terus memberikan nilai tambah melalui peningkatan kualitas produk

maupun program promosi yang tepat agar persepsi konsumen terhadap harga tetap baik dan mampu mendorong keputusan pembelian.

4. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan menambah variabel agar menjadi bentuk penelitian baru. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat memperluas cakupan wilayah penelitian maupun menambah jumlah responden sehingga diperoleh gambaran yang lebih luas mengenai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian sepatu Vans.