

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai “Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Drop Hoes Melalui Media Sosial Instagram @drop.hoes”, penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepatu Drop Hoes melalui media sosial Instagram @drop.hoes.
2. Pengenalan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepatu Drop Hoes melalui media sosial instagram @drop.hoes karena pengenalan produk @drop.hoes melakukan berbagai promosi, konten, iklan ads dan pesan atau *caption* dalam setiap unggahan membuat kosumen tertarik dan ingin membeli produk sepatu Drop Hoes.
3. Kualitas tidak sepenuhnya berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu Drop Hoes melalui media sosial instagram @drop.hoes karena jumlah populasi dan sampel yang masih kurang. Kualitas hanya akan berpengaruh pada sampel jumlah *followers* dari @drop.hoes.
4. Ukuran berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu Drop Hoes melalui media sosial instagram @drop.hoes karena bentuk, fisik dan ukuran sesuai dengan produk yang diterima konsumen produk sepatu Drop Hoes.
5. Desain berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepatu Drop Hoes melalui media sosial instagram @drop.hoes karena

model, kemasan dan detail produk memiliki fungsi dan tampilan yang optimal bagi para konsumen produk sepatu Drop Hoes.

6. Warna berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepatu Drop Hoes melalui media sosial instagram @drop.h0es karena warna yang ditawarkan sesuai dengan mode warna saat ini dan sesuai dengan selera konsumen produk sepatu Drop Hoes.
7. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepatu Drop Hoes melalui media sosial instagram @drop.h0es karena menjual nilai, harga saing dan tingkat kesulitan produk yang sesuai dengan produk yang diberikan.
8. Kemantapan tidak sepenuhnya berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian produk sepatu Drop Hoes melalui media sosial instagram @drop.h0es karena tidak sepenuhnya yakin akan kualitas tinggi dan memuaskan kebutuhan konsumen produk sepatu Drop Hoes.
9. Kebiasaan berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian produk sepatu Drop Hoes melalui media sosial instagram @drop.h0es karena merasa tidak nyaman jika tidak membeli kembali produk sepatu Drop Hoes dikemudian hari.
10. Kecepatan tidak sepenuhnya berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian produk sepatu Drop Hoes melalui media sosial instagram @drop.h0es karena butuh waktu yang lama dalam memilih dan mempertimbangkan untuk membeli produk sepatu Drop Hoes.

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian mengenai “Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Drop Hoes Melalui Media Sosial Instagram drop.hoes”, penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, *brand* Drop Hoes memiliki *brand image* yang baik. Untuk itu, *brand* diharapkan dapat terus meningkatkan dan mempertahankan citra dari perusahaan itu sendiri dan juga citra dari produk-produk yang dihasilkan, karena kedua komponen tersebut terbukti mampu menjadi patokan bagi konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk.
2. Dalam penelitian ini, faktor keputusan pembelian produk sepatu Drop Hoes melalui media social Instagram dinyatakan berpengaruh signifikan. Maka dari itu, pihak *brand* Drop Hoes harus dapat mencari tahu dan meningkatkan faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dari konsumen Drop Hoes.
3. Bagi peneliti-peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang berbeda dengan variabel yang diteliti dalam penelitian ini sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.
4. Bagi peneliti-peneliti selanjutnya lebih baik mencari jumlah populasi dan sampel yang lebih banyak, sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.