

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah menganalisis data primer mengenai pengaruh citra merek dan pengetahuan produk terhadap minat beli sepatu futsal Nike, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis deskriptif pada penelitian ini diantaranya:
 - a. Pengunjung Nike store memiliki nilai pandang yang baik terhadap citra merek sepatu futsal Nike, hal itu dapat dilihat dari jawaban responden yang diberikan kuesioner yang menjawab setuju. Penilaian yang baik itu meliputi dimensi *product attribute*, *consumer benefit*, dan *brand personality*. Dari ketiganya semua mendapatkan hasil yang baik dan menjadikan citra merek sepatu futsal Nike baik.
 - b. Pada hasil perhitungan variabel pengetahuan produk memberikan gambaran bahwa responden memiliki pengetahuan produk yang cukup tinggi. Pengetahuan itu sendiri mencakup dari berbagai aspek sepatu futsal Nike seperti jenis-jenis sepatu futsal Nike, fitur-fitur yang terdapat pada sepatu futsal Nike serta pengalaman akan menggunakan produk Nike yang memberikan dampak positif terhadap sepatu futsal Nike.
 - c. Selanjutnya pada variabel minat beli, mayoritas responden merespon positif pernyataan-pernyataan yang mencakup dimensi minat beli seperti

yaitu pencarian informasi, pemahaman produk, keinginan mencoba, dan kunjungan ke *outlet*. Hal ini menandakan bahwa minat beli terhadap sepatu futsal Nike cukup baik. Dan dengan mendatangi toko secara langsung akan menambahkan rasa keinginan untuk membeli semakin besar.

2. Variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli sepatu futsal Nike hal ini dibuktikan dengan nilai sig kurang dari 0.05.
3. Variabel pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli sepatu futsal Nike, hal ini dibuktikan dengan nilai sig kurang dari 0.05.
4. Kedua variabel independen yaitu citra merek dan pengetahuan produk juga memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat beli. Karena nilai sig kurang dari 0.05

5.2 Saran

1. Saran – saran untuk penelitian lanjutan:
 - a. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan objek penelitian yang berbeda pada sepatu futsal merek lainya.
 - b. Hendaknya menambahkan referensi-referensi serta menambahkan *review* penelitian terdahulu dengan menggunakan objek penelitian yang sejenis, sehingga hasil penelitian bisa lebih dipertanggung jawabkan.
 - c. Hendaknya menambahkan variabel lain seperti kualitas produk, promosi, persepsi harga, ambassador merek dan lain-lain agar dapat mengeksplorasi kemungkinan variabel lain yang berpengaruh terhadap minat beli.

2. Saran – saran yang ditujukan untuk Nike:

- a. Nike sebaiknya terus melakukan inovasi dan menerapkan teknologi yang mutakhir agar mampu bersaing dan mampu memelihara citra merek yang saat ini sudah baik. Selain itu dengan mayoritas pengunjung merupakan pelajar, mahasiswa dan pegawai yang umur 15-25 tahun maka, Nike sebaiknya menyesuaikan dekorasi toko sesuai dengan kalangan pelanggan, serta mengadakan acara-acara yang disponsori oleh Nike sehingga dapat menarik perhatian dari golongan umur lainnya. Dan Nike sebaiknya dapat mampu menyesuaikan harga sesuai dengan kondisi pasar yang ada sehingga dapat dijangkau oleh setiap kalangan khususnya remaja.
- b. Nike harus lebih memberikan informasi dan pengetahuan akan produk yang dijual, dengan cara memilih salah satu bintang olahraga ternama sebagai ambassador merek yang sesuai dengan karakter dari masing-masing jenis sepatu sehingga pelanggan dapat memahami dan mengenali produk yang dijual dengan lebih baik seperti mengetahui perbedaan karakter atau fitur-fitur yang terdapat dalam jenis produk sepatu yang dijual melalui karakteristik ambassador merek yang dipilih oleh Nike. Dengan begitu kebingungan dan ketidakpahaman perbedaan akan jenis sepatu dapat dikurangi.
- c. Nike sebaiknya meningkatkan promosi dan iklan yang menarik dan sering ditampilkan pada media masa yang bertujuan untuk meningkatkan minat beli, dengan begitu pengetahuan informasi akan

sebuah produk Nike akan semakin jelas dipahami oleh pelanggan serta mampu memberikan informasi terhadap sebuah produk baru yang diproduksi oleh Nike sehingga mampu menarik perhatian dan meningkatkan minat beli pada pelanggan.