

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada produk Sepatu Brodo di Yogyakarta. Dari 100 responden dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Responden penelitian pengguna sepatu Brodo di Yogyakarta sebagian besar dengan jenis kelamin pria, dengan usia lebih dari 20 tahun dan memiliki pendapatan lebih besar dari Rp 3.000.000.
2. Terdapat hubungan yang signifikan antara citra merek dengan keputusan pembelian produk sepatu Brodo di Yogyakarta, hal tersebut dapat dilihat dari nilai sig. lebih kecil dari 0,05 ( $p < 0,05$ ). Koefisien korelasi sebesar 0,704 berada pada kategori hubungan sedang/cukup, karena berada diantara diantara 0,40 – 0,70.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian produk sepatu Brodo di Yogyakarta, hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikan pada tabel sebesar  $0,000 < 0,05$ . Nilai koefisien determinasi sebesar 0,495, artinya citra merek mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 49,5% dan sisanya dijelaskan lain.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat di ajukan beberapa saran sebagai berikut:

Bagi produsen Sepatu Brodo diharapkan mampu mempertahankan dan lebih meningkatkan lagi citra merek yang telah

terbangun pada masyarakat. Hal ini diharapkan akan dapat menjadikan sepatu Brodo semakin dikenal di semua kalangan masyarakat dan berdampak terhadap meningkatkan keputusan pembelian.

### **5.2.1 Saran Akademis**

Bagi penelitian selanjutnya yang akan melakukan kajian ulang disarankan untuk menambah bebas yang lain terkait dengan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen, seperti celebrity endorser.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian dengan objek dan ruang lingkup yang berbeda, serta dengan menambah teknik pengambilan data yang digunakan, misalnya dengan menggunakan teknik pengambilan data dengan wawancara secara langsung kepada responden guna meminimalisir terjadinya data yang bias dan dapat menunjukkan kondisi yang sebenarnya.