BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang kesadaran merek, asosiasi merek, dan kesan kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Converse pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kesadaran merek, asosiasi merek, dan kesan kualitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Converse. Hasil ini mendukung hipotesis satu (H1) yang telah dirumuskan.
2. Kesadaran merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Converse. Hasil ini mendukung hipotesis dua (H2) yang telah dirumuskan.
3. Asosiasi merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Converse. Hasil ini mendukung hipotesis tiga (H3) yang telah dirumuskan.
4. Kesan Kualitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Converse. Hasil ini mendukung hipotesis empat (H4) yang telah dirumuskan.

B. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan analisis yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagi berikut :

1. Sampel dalam penelitian ini sebatas pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta saja, sehingga tingkat generalisasi hasil penelitian ini masih terbilang rendah.
2. Variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian sepatu Converse yang diteliti hanya kesadaran merek, asosiasi merek, dan kesan kualitas sehingga nilai koofisien determinasi yang diperoleh tidak terlalu tinggi hanya 40,9 % saja.

C. Saran

Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya, saran yang diberikan peneliti pada perusahaan, dan pada peneliti yang akan datang adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan Converse hendaknya terus menjaga dan meningkatkan kesadaran merek, asosiasi merek, dan kesan kualitas karena telah terbukti faktor-faktor ini berperan penting dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Peneliti selanjutnya hendaknya menambahkan jumlah sampel, dan memperluas ruang lingkup sampel tidak hanya Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta saja.
3. Peneliti yang akan datang disarankan untuk menggunakan objek dengan produk yang sejenis namun belum pernah diteliti.
4. Peneliti yang akan datang disarankan untuk meneliti variabel-variabel yang belum tercantumkan pada penelitian ini. Sehingga diharapkan bisa mendapatkan nilai koofisien determinasi yang lebih tinggi.