

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama diterima artinya adalah terdapat pengaruh yang simultan variabel kualitas produk, desain produk, harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian sepatu merek Boots pada UMKM UD. Wardana Surodinawan Mojokerto.
2. Hipotesis kedua diterima artinya terdapat pengaruh secara parsial faktor kualitas produk, desain produk, harga dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian sepatu merek Boots pada UMKM UD. Wardana Surodinawan Mojokerto.
3. Hipotesis ketiga diterima artinya bahwa kualitas produk lebih dominan terhadap keputusan pembelian daripada desain produk, harga dan *brand image*.

B. Saran

Setelah penulis menyelesaikan penelitian dan menutup dengan kesimpulan, maka penulis perlu memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Melihat begitu pentingnya *brand image* bagi UD. Wardana Mojokerto, hendaknya UD. Wardana memilih merek sebaiknya mudah diingat, baik kata-katanya maupun gambarnya atau kombinasi sebab dengan demikian konsumen atau calon konsumen mudah mengingatnya

2. Para pemasar atau UD. Wardana harus melihat lebih jauh bermacam-macam faktor yang mempengaruhi para konsumen dan mengembangkan pemahaman mengenai cara konsumen melakukan keputusan pembelian antara lain: pengenalan Kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, konsumsi dan evaluasi pasca konsumsi.
3. Volume penjualan di UD. Wardana akan mengalami peningkatan apabila didukung oleh citra merek dari produk yang dihasilkan, dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen yang dilakukan secara obyektif sebagai variabel pemasaran yang lain juga harus dipertimbangkan.