

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan:

1. *Product quality* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepatu Ortuseight di Yogyakarta.
2. *Brand image* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Ortuseight di Yogyakarta.
3. *Celebrity endorser* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepatu Ortuseight di Yogyakarta.
4. Persentase pengaruh variabel independen (*product quality*, *brand image*, dan *celebrity endorser*) terhadap keputusan pembelian sebesar 25% sedangkan sisanya 75% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat bagi Ortuseight berkaitan dengan *product quality*, *brand image*, dan *celebrity endorser* sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan Ortuseight mampu mempertahankan bahkan meningkatkan *product quality* seperti: bentuk, kualitas kinerja dan kesesuaian, keawetan serta design yang inovatif sehingga *customer* merasa puas terhadap kualitas Ortuseight. Selain itu menggunakan *celebrity endorser* yang tepat (efektif dan efisien) seperti: dapat menyampaikan pesan, memiliki keahlian, daya tarik fisik dan disegani, karena hal tersebut dapat memperluas pasar serta meningkatkan penjualan.
2. Saran penelitian ke depan untuk lebih memperluas pembahasan & faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti *word of mouth*, *digital marketing*, *brand ambassador* dan lain sebagainya sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan perusahaan dalam menerapkan strategi pemasarannya dalam menjual produknya.