

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis yang telah dilakukan maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Influencer*

Nilai signifikansi $<0,001$, artinya hipotesis (H1) diterima. Dengan demikian, membuat variabel *influencer* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan dapat meningkatkan rasa keyakinan konsumen. Meningkatnya rasa keyakinan konsumen dapat meningkatkan keputusan pembelian.

2. *Online customer review*

Nilai signifikansi $<0,001$, artinya hipotesis (H2) diterima. Dengan demikian, membuat variabel *online customer review* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan dapat meningkatkan rasa keyakinan konsumen. Meningkatnya rasa keyakinan konsumen dapat meningkatkan keputusan pembelian.

3. Kualitas produk

Nilai signifikansi $<0,001$, artinya hipotesis (H2) diterima. Dengan demikian, membuat variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan dapat meningkatkan rasa keyakinan konsumen. Meningkatnya rasa keyakinan konsumen dapat meningkatkan keputusan pembelian.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

a. *Influencer*

Perusahaan dapat menjalin kerjasama dengan influencer untuk meningkatkan keyakinan konsumen terhadap sepatu Compass. Hal ini disebabkan karena konsumen cenderung melihat konten influencer terlebih dahulu untuk menilai kualitas produk sepatu Compass. Dengan keyakinan yang meningkat, dapat meningkatkan keputusan pembelian sepatu Compass.

b. *Online customer review*

Perusahaan perlu memperhatikan fitur ulasan customer review. Hal ini dikarenakan konsumen cenderung melihat ulasan pelanggan yang positif terlebih dahulu, dengan tujuan untuk meningkatkan rasa keyakinan konsumen. Dengan meningkatnya rasa keyakinan konsumen, dapat meningkatkan keputusan pembelian.

c. kualitas produk

Perusahaan dapat menjaga kualitas produk sebaik mungkin atau menambah inovasi terhadap kualitas produknya dengan sesuai keinginan konsumen, Hal ini dikarenakan sebelum konsumen membeli, mereka melihat kualitas produk terlebih dahulu, dengan tujuan untuk meningkatkan keyakinan konsumen. Dengan meningkatnya rasa keyakinan yang dimiliki konsumen, dapat meningkatkan keputusan pembelian sepatu Compass.

2. Bagi Peneliti

Bagi peneliti selanjutnya, agar penelitian ini bisa lebih bisa berkembang. Peneliti bisa menggunakan beberapa contoh variabel yang dapat dimasukkan dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh positif serta memperkaya pemahaman tentang pengaruh dalam keputusan pembelian sepatu Compass. Adapun contoh variabelnya adalah: *Word of Mouth* (pengaruh teman dan keluarga), *Information Source* (sumber informasi lain), *Perceived Value* (persepsi nilai), dan Harga.