

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel fanatisme memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian *official merchandise* PSS Sleman.
2. Variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *official merchandise* PSS Sleman.
3. Variabel *brand awareness* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *official merchandise* PSS Sleman.
4. Fanatisme, kualitas produk, dan *brand awareness* mampu menjelaskan variasi perubahan variabel dependen keputusan pembelian sebesar 39,9% sedangkan 60,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh fanatisme ,kualitas produk, dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian pada *official merchandise* PSS Sleman, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan dalam penelitian ini:

1. Bagi PSS *Store* Sleman.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fanatisme mempunyai pengaruh positif dalam keputusan pembelian *official merchandise* PSS Sleman. Oleh karena itu guna meningkatkan keputusan pembelian produk *official merchandise* dapat dilakukan hal-hal yang dapat meningkatkan fanatisme suporter dengan lebih sering mengadakan *event-event* antar komunitas dengan tujuan untuk mendukung performa klub sepakbola PSS Sleman.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fanatisme, kualitas produk, dan *brand awareness* ternyata hanya mampu memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 39,9%. Oleh sebab itu disarankan pada penelitian selanjutnya dapat dikembangkan variabel-variabel lain yang kemungkinan memberi pengaruh pada keputusan pembelian.