

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis pengujian yang telah dijelaskan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- Dilihat dari hasil penelitian, dapat dinyatakan Citra Merek memiliki pengaruh positif pada Minat Beli.
- Besar nilai Adjusted R² menunjukkan pengaruh simultan antara citra merek terhadap minat beli sebesar 66.9% dan sedangkan sisanya sebesar 33.1% dipengaruhi oleh faktor lain.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang menggunakan variabel citra merek dan minat beli, telah diperoleh hasil yang signifikan bahwa citra merek memiliki pengaruh positif terhadap minat beli sepatu Nike.

Perusahaan diharuskan memahami cara-cara untuk meningkatkan citra merek mereka sehingga dapat menciptakan citra merek yang lebih baik bagi perusahaan dan produknya dimata konsumen. Karena citra merek merupakan aset yang penting bagi kesuksesan perusahaan. Sepatu Nike juga diharuskan untuk memberikan berbagai promosi yang menarik kepada konsumen agar minat beli konsumen terhadap sepatu Nike dapat meningkat, selain itu dengan tetap *mengendorse* atlet-atlet kelas dunia, citra merek sepatu Nike diharapkan akan meningkat. Sehingga baik perusahaan maupun konsumen, merasa diuntungkan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain :

1. Penelitian ini hanya menggunakan sampel mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha yang menggunakan sepatu Nike.
2. Penelitian ini hanya menggunakan teknik pengumpulan data primer melalui kuesioner, data sekunder melalui buku dan jurnal, dan menggunakan analisis data regresi sederhana.
3. Terbatasnya variabel yang diteliti yaitu hanya pada citra merek terhadap minat beli.
4. Teori dan sumber-sumber pedoman sebagai definisi konsep terbatas, hanya terfokus terhadap citra merek dan minat beli.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dipaparkan sebelumnya, diberikan beberapa saran sebagai berikut :

Bagi Perusahaan :

1. Perusahaan diharapkan untuk lebih memahami dan juga meningkatkan citra merek mereka dari berbagai faktor seperti membuat iklan yang kreatif, *mengendorse* atlet-atlet kelas dunia dan mensponsori *event-event* olahraga bergengsi kelas dunia.
2. Perusahaan juga diharapkan untuk memproduksi sepatu dengan model yang *up to date* dan dengan inovasi terbaru sehingga memungkinkan citra merek perusahaan dapat meningkat dan diharapkan minat beli konsumen pun meningkat yang secara tidak langsung meningkatkan pendapatan perusahaan.

Bagi Akademisi :

1. Diharapkan untuk penelitian yang akan datang dapat mengukur minat beli dari faktor lain diluar citra merek seperti loyalitas konsumen.
2. Diharapkan untuk penelitian yang akan datang untuk memilih sampel yang lebih luas tidak hanya dengan sampel mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha yang memakai sepatu Nike tetapi juga masyarakat Kota Bandung yang memakai sepatu Nike.
3. Diharapkan untuk penelitian yang akan datang teknik pengumpulan data menggunakan metode lain seperti wawancara atau observasi dan teknik analisis data untuk lebih diperdalam seperti regresi berganda.
4. Diharapkan untuk penelitian yang akan datang dapat menggunakan teori dan sumber-sumber pedoman yang lebih luas, seperti citra merek, minat beli, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

