

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada pengguna sepatu ventela di Kabupaten Kebumen, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan merek berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada sepatu ventela di Kabupaten Kebumen. Hal ini dapat diartikan bahwa apabila kepercayaan konsumen tinggi pada suatu merek akan membuat pelanggan setia menggunakan produk sepatu ventela dalam jangka waktu yang panjang.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *celebrity endorser* tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada sepatu ventela di Kabupaten Kebumen. Hal ini dapat diartikan bahwa pemilihan *celebrity endorser* yang digunakan perusahaan ventela untuk mempromosikan suatu produknya belum sesuai dengan harapan konsumen di kabupaten kebumen karena mayoritas pengguna sepatu ventela di kabupaten kebumen rata-rata generasi z, sementara selebriti yang digunakan oleh ventela bertolak belakang dengan konsumen sepatu ventela dikebumen yaitu generasi x maka keputusan pembelian

konsumen terhadap sepatu ventela di kabupaten kebumen kurang meningkat.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *self congruence* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada sepatu ventela di Kabupaten Kebumen. Hal ini dapat diartikan bahwa apabila konsumen merasa cocok dengan kesesuaian diri mereka pada merek sepatu tersebut pada saat menggunakannya.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan merek, *celebrity endorser*, dan *self congruence*, secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada sepatu ventela di Kabupaten Kebumen. Terbukti kebenarannya secara simultan dan hipotesis diterima.

5.2. Keterbatasan

Peneliti menyadari jika dalam penelitian yang berkaitan dengan pengaruh kepercayaan merek, *celebrity endorser*, dan *self congruence* terhadap keputusan pembelian pada sepatu ventela di Kabupaten masih jauh dari kata sempurna, hal ini terjadi karena adanya keterbatasan yang terjadi dalam penelitian dan tidak dapat untuk dihindarkan.

Keterbatasan-keterbatasan yang mempengaruhi hasil penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini belum dapat mengungkapkan secara keseluruhan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dari

produk Sepatu Ventela hanya terbatas pada kepercayaan merek, *celebrity endorser*, dan *self congruence*.

2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lain yang pada penelitian serupa seperti variabel citra merek, *word of mouth*, dan *brand image* agar dapat memperkaya kajian dalam penelitian serupa serta agar pembaca dapat mengetahui variabel lainnya yang dapat mempengaruhi terbentuknya keputusan pembelian pada pengguna sepatu ventela di Kabupaten Kebumen.

5.3. Implikasi

5.3.1 Implikasi Praktis

1. Kepercayaan Merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna sepatu ventela di Kabupaten Kebumen. Implikasi dari hasil penelitian ini, pelaku bisnis harus menyadari bahwa semakin pelanggan percaya sebuah merek dan mempunyai keinginan untuk menggunakan sepatu ventela dalam jangka waktu yang panjang, maka pelaku bisnis harus menjaga kepercayaan tersebut kepada pelanggan. Hal ini merupakan unsur yang sangat penting bagi perusahaan dengan visi jangka panjang yang bertujuan untuk memperkuat hubungan antara pelanggan dengan sepatu ventela.
2. Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap keputusan pembelian Berdasarkan hasil penelitian variabel *celebrity endorser* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Sepatu Ventela di Kabupaten Kebumen. Oleh karena itu,

bagi perusahaan sepatu Ventela harus lebih menambah promosi menggunakan *celebrity endorser* dan memperhatikan dalam pemilihan selebriti, seperti memilih selebriti yang memiliki kecocokan saat memakai produk sepatu ventela. Karena penggunaan selebriti yang sedang terkenal dan mempunyai kecocokan saat memakai sepatu ventela sangat mempengaruhi keputusan pembelian produk.

3. Penelitian ini membuktikan bahwa *self congruence* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna sepatu ventela di Kabupaten Kebumen. Implikasi dari hasil penelitian ini, diharapkan pelaku bisnis mengetahui apabila konsumen mendapatkan banyak pengalaman yang positif dari sepatu ventela, maka akan terciptanya rasa kesesuaian diri mereka kepada sepatu ventela.

5.3.2 Implikasi Teoritis

1. Konsumen yang memiliki kepercayaan terhadap suatu merek akan membantu pelaku bisnis dalam mengembangkan produknya. Ventela ini sering dipilih karena memiliki kesadaran bahwa mampu bersaing dengan berbagai macam merek sepatu lokal lainnya. Kepercayaan merek menjadi sangat penting bagi pelaku bisnis karena dapat menciptakan pelanggan yang loyal. Oleh karena itu sangat penting bagi ventela untuk terus berusaha menciptakan inovasi baru dan bagus untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumennya.
2. Konsumen yang telah menggunakan sepatu ventela dan telah merasakan pengalamannya yang didapat dari sepatu lokal ventela

dapat mempengaruhi pengguna lain untuk menggunakan sepatu lokal sepatu ventela. Hal ini karena, perilaku pengguna pada umumnya didorong dengan adanya nilai atau manfaat yang dirasakan serta merasakan keuntungan dan kepuasan terhadap ventela.

3. Kepercayaan merek juga dapat mempengaruhi pembelian ulang pada sepatu lokal ventela. Hal ini disebabkan karena semakin tingginya kepercayaan konsumen maka semakin tinggi pula konsumen dalam melakukan pembelian sepatu lokal merek ventela.
4. Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lain pada penelitian yang serupa. Kemudian penelitian selanjutnya juga disarankan untuk meneliti dengan menambahkan variabel intervening atau mediasi seperti variabel lain terkait keputusan pembelian misalnya *lifestyle*, *brand image*, dan *brand liking* yang dimediasi oleh *brand loyalty*. Agar dapat memperkaya kajian dalam penelitian serupa serta agar pembaca dapat mengetahui variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada sepatu lokal ventela.