

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah guna mengetahui pengaruh *co-branding*, *brand trust*, dan *e-WOM* terhadap *purchase intention* sepatu merek Aerostreet pada remaja di Kabupaten Kudus. Dengan respondennya yaitu 100 orang melalui analisis data yang sudah dilaksanakan, maka simpulan penelitiannya yaitu:

1. *Co-branding* berpengaruh terhadap *purchase intention* sepatu merek Aerostreet pada remaja di Kabupaten Kudus. Melalui uji t memperlihatkan bahwa nilai t hitung  $2,349 >$  nilai t tabel  $1,985$  dan nilai signifikansinya  $0,021 < 0,05$ , maka hipotesis pertama (H1) yang menyatakan “*co-branding* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* sepatu merek Aerostreet pada remaja di Kabupaten Kudus” diterima. Artinya, semakin baik strategi kolaborasi merek yang dilakukan oleh Aerostreet maka akan meningkatkan *purchase intention* (minat beli) konsumen Aerostreet. Temuan ini sejalan dengan penelitiannya Nella Bintari Anjarwati, dkk.
2. *Brand trust* berpengaruh terhadap *purchase intention* sepatu merek Aerostreet pada remaja di Kabupaten Kudus. Berdasarkan uji t memperlihatkan bahwa nilai t hitung  $2,126 >$  nilai t tabel  $1,985$  dan nilai signifikansinya  $0,036 < 0,05$ , maka hipotesis kedua (H2) yang menyatakan “*brand trust* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* sepatu merek Aerostreet pada remaja di Kabupaten Kudus” diterima. Artinya, semakin banyak kepercayaan merek yang didapatkan oleh Aerostreet maka akan meningkatkan *purchase intention* (minat beli) konsumen Aerostreet. Hal ini searah dengan penelitiannya Tri Cuong DAM.
3. *E-WOM* berpengaruh terhadap *purchase intention* sepatu merek Aerostreet pada remaja di Kabupaten Kudus. Berdasarkan uji t memperlihatkan bahwa nilai t hitung  $5,515 >$  nilai t tabel  $1,985$  dan nilai signifikansinya  $0,000 < 0,05$ , maka hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan “*e-WOM* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* sepatu merek Aerostreet pada remaja di Kabupaten Kudus” diterima. Artinya, semakin banyak ulasan positif mengenai Aerostreet di media sosial maka akan meningkatkan *purchase intention* (minat beli) konsumen Aerostreet. Hal ini sejalan dengan penelitiannya Muslih Mughoffar, dkk.

## B. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan pada penelitian ini yaitu:

1. Jumlah sampel yang diperoleh tidak dapat menyeluruh. Hal ini dikarenakan adanya keterbatasan relasi dalam hal penyebaran kuesioner.
2. Pengumpulan data secara online melalui google formulir memberikan beberapa kendala, seperti *link* yang tidak bisa diakses oleh beberapa responden, serta jawaban yang diberikan dalam menjawab kuesioner tidak sesuai dengan data yang dibutuhkan dalam karakteristik responden maupun dalam menjawab item pertanyaan.
3. Variabel independen pada penelitian yang hanya berfokus pada strategi pemasaran.

## C. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, beberapa saran yang dapat diambil dari penelitian ini, yaitu:

1. Berdasarkan temuan penelitian, keseluruhan variabel independen dipengaruhi secara individu dan bersama-sama terhadap variabel dependen. Aerostreet tetap harus mempertahankan dan meningkatkan nilai-nilai yang tercermin dalam penelitian ini. Dalam menjalin kerja sama yang kuat antara kedua belah pihak, Aerostreet dapat terus meningkatkan kolaborasi merek yang dilakukan dengan terus melakukan inovasi, baik dari desain, bahan, dan kualitasnya. Selain memperhatikan keunikan produk, Aerostreet juga harus memperhatikan kenyamanan pemakainya agar lebih menarik minat beli konsumen terhadap sepatu merek Aerostreet.
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan lebih memperhatikan pendistribusian kuesioner kepada responden, baik secara langsung maupun secara *online*. Selain itu juga penelitian selanjutnya dapat mengembangkan populasi dan sampel serta dapat menambahkan variabel, seperti *service quality*, variabel *fashion lifestyle*, dan faktor-faktor lain yang dapat mendukung perkembangan perusahaan sesuai dengan perkembangan zaman pada masa dan periode tertentu.

## D. Penutup

*Alhamdulillah*, rasa syukur kepada Allah SWT. atas limpahan karunianya kepada peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini tanpa halangan yang berarti. Semoga Allah selalu melindungi dan memberkahi untuk ke depannya.

Skripsi ini disusun atas bimbingan dosen yang profesional dan dilaksanakan dengan tahap ilmiah namun peneliti menyadari masih terdapat kekurangan yang sudah menjadi keniscayaan sehingga saran dan kritik yang membangun diharapkan.

Semoga penelitian ini memberikan berkah dan manfaat kepada pembaca serta mendapat ridho Allah SWT. sehingga memberikan kontribusi keilmuan khususnya pada bidang Manajemen Bisnis Syariah. Aamiin...

