

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Berdasarkan bukti-bukti empiris yang diperoleh maka disimpulkan bahwa :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kesadaran merek terhadap keputusan pembelian produk Fashion di Matahari Departement Store Kudus, berdasarkan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga H1 diterima. Konsumen mengenali merek produk fashion yang dijual di Matahari Departement Store.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh persepsi kualitas merek terhadap keputusan pembelian produk Fashion di Matahari Departement Store Kudus, berdasarkan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,007 < 0,05$ ). Sehingga H2 diterima. Produk fashion yang dijual di Matahari Departement store adalah produk yang awet..
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh loyalitas merek terhadap keputusan pembelian produk Fashion di Matahari Departement Store Kudus, berdasarkan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,013 < 0,05$ ). Konsumen akan selalu menggunakan produk fashion yang dijual di Matahari Departement store.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara kesadaran merek, persepsi kualitas merek dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian produk Fashion di Matahari Departement Store Kudus, berdasarkan nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $24,610 > 2,70$ ) dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ).

### B. Saran-saran

Saran yang disampaikan dalam penelitian ini meliputi :

1. Penambahan variabel penelitian yang juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian misalnya asosiasi merek dan harga.
2. Penggunaan metode survey melalui kuesioner hendaknya diikuti dengan wawancara langsung untuk menghasilkan data yang lebih akurat.
3. Penelitian mendatang diharapkan dapat memperluas populasi penelitian. Populasi penelitian tidak hanya diambil dari satu Departement Store, mungkin bisa dikembangkan pada perusahaan lain yang cakupannya lebih besar.