

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand prestige* ( $\xi_1$ ), tidak berpengaruh terhadap *purchase intention* ( $\eta$ ). Ini menunjukkan bahwasanya dalam penelitian ini merek yang mewah, merek bergengsi dari sebuah merek sepatu Converse yang diberikan perusahaan sepatu kepada konsumen kurang mempengaruhi minat beli seseorang.
2. *Brand credibility* ( $\xi_2$ ), tidak berpengaruh terhadap *purchase intention* ( $\eta$ ). Ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini keahlian produsen sepatu, kesesuaian informasi produk dari sebuah merek sepatu Converse yang diberikan perusahaan sepatu kepada konsumen kurang mampu untuk mempengaruhi minat beli seseorang.
3. *Brand knowledge* ( $\xi_3$ ), tidak berpengaruh terhadap *purchase intention* ( $\eta$ ), tetapi untuk variabel interaksi antara *brand credibility* ( $\xi_2$ ) dan *brand knowledge* ( $\xi_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* ( $\eta$ ). Ini menunjukkan bahwa ilmu pengetahuan konsumen terhadap produk sepatu Converse, sangat baik maka akan mempengaruhi untuk membeli produk sepatu Converse.

#### B. Saran

Adapun saran yang bisa diberikan peneliti setelah melakukan penelitian ini ialah:

1. Bagi Perusahaan Sepatu Converse:
  - a. Untuk *brand prestige* ( $\xi_1$ ) ini perlu ditingkatkan, sehingga dapat meningkatkan minat beli akan produk sepatu Converse. Khususnya untuk nilai unik yang menjadi salah satu indikator.
  - b. *Brand credibility* ( $\xi_2$ ) juga perlu ditingkatkan khususnya kesesuaian informasi produk dengan kenyataan, sehingga

dapat timbulnya rasa percaya akan *brand* sepatu Converse dengan harapan tercapainya minat beli.

c. *Brand knowledge* ( $\xi_3$ ) harus ditingkatkan juga, sehingga konsumen benar-benar mengetahui tentang sepatu Converse.

## 2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini mempunyai keterbatasan baik dalam pengambilan sampel maupun dalam pengukuran variabel. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 105, oleh karena itu bagi peneliti yang akan meneliti dengan tema yang sama, sebaiknya menambah jumlah sampel dan menambah jumlah variabel bebasnya, agar hasil penelitian dapat lebih baik lagi dalam membuktikan hipotesis.