BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh inovasi produk, kualitas produk, harga, dan fanatisme terhadap keputusan pembelian sepatu futsal merek Specs di Kota Madiun, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepatu futsal merek Specs di Kota Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik inovasi produk yang dilakukan oleh Specs, seperti pengembangan desain, fitur, maupun teknologi pada produk, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen.
2. Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepatu futsal merek Specs di Kota Madiun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk bukan menjadi pertimbangan utama konsumen dalam melakukan pembelian, sehingga keputusan pembelian lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepatu futsal merek Specs di Kota Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa kesesuaian harga dengan kualitas, manfaat, dan kemampuan daya beli konsumen menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong keputusan pembelian.

4. *Fanatisme* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepatu futsal merek Specs di Kota Madiun. Semakin tinggi tingkat *fanatisme* atau keterikatan konsumen terhadap merek Specs, maka semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh inovasi produk, kualitas produk, harga, dan fanatisme terhadap keputusan pembelian sepatu futsal merek Specs di Kota Madiun, implikasi penelitian yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Inovasi Produk

   Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, pihak Specs perlu terus melakukan inovasi, terutama dalam pengembangan desain, fitur, material, dan teknologi sepatu futsal. Inovasi yang sesuai dengan kebutuhan dan tren konsumen diharapkan dapat meningkatkan ketertarikan konsumen dan mendorong keputusan pembelian.

2. Kualitas Produk

   Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk bukan merupakan faktor utama yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli sepatu futsal Specs. Meskipun demikian, Specs tetap perlu mempertahankan kualitas produk agar konsumen memperoleh pengalaman penggunaan

yang baik serta untuk menjaga kepercayaan dan reputasi merek.

3. Harga

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, Specs perlu mempertahankan strategi harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat produk serta daya beli konsumen. Penetapan harga yang kompetitif, disertai promo atau potongan harga pada periode tertentu, dapat menjadi strategi untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

4. Fanatisme

Fanatisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan pentingnya membangun dan mempertahankan keterikatan konsumen terhadap merek Specs. Perusahaan dapat meningkatkan fanatisme melalui komunitas futsal, sponsorship kegiatan atau turnamen futsal, penggunaan atlet atau pemain futsal sebagai brand ambassador, serta berbagai aktivitas yang dapat memperkuat identitas dan loyalitas konsumen terhadap merek Specs.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penelitian memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan (Specs)

Perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan Kualitas produk dengan menghadirkan penggunaan teknologi terbaru, serta pengembangan fitur yang mampu meningkatkan kenyamanan dan

performa saat bermain futsal. Inovasi yang berkelanjutan akan memberikan nilai tambah bagi konsumen dan meningkatkan daya saing produk di tengah persaingan industri perlengkapan olahraga.

2. Bagi Konsumen Produk Specs

   Konsumen diharapkan lebih cermat dalam memilih sepatu futsal sesuai dengan kebutuhan, kenyamanan, serta kemampuan finansial. Selain mempertimbangkan harga, konsumen juga perlu memperhatikan inovasi produk, spesifikasi, kualitas material, dan fitur yang ditawarkan agar produk yang dipilih sesuai dengan kebutuhan saat bermain futsal. Dengan mempertimbangkan berbagai aspek tersebut, konsumen dapat memperoleh produk yang memberikan manfaat optimal, memiliki daya tahan yang baik, serta mampu menunjang performa saat berolahraga.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian, seperti citra merek, promosi, gaya hidup, electronic word of mouth (e-WOM), atau loyalitas konsumen. Selain itu, penelitian dapat dilakukan pada wilayah yang lebih luas dengan jumlah responden yang lebih banyak atau menggunakan metode penelitian yang berbeda agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan dapat dibandingkan dengan penelitian ini.