BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh Kualitas Produk, Price, Celebrity Endorsement, dan Inovasi Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Running Merek Ortuseight di Kota Madiun, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepatu running merek Ortuseight di Kota Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas sepatu *running* Ortuseight, seperti kenyamanan, daya tahan, bahan, dan performa, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.
2. *Price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepatu running merek Ortuseight di Kota Madiun. Artinya, harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diterima konsumen dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli sepatu *running* Ortuseight.
3. *Celebrity Endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepatu running merek Ortuseight di Kota Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *celebrity endorser* yang dikenal, dipercaya, dan sesuai dengan produk dapat meningkatkan ketertarikan serta keputusan konsumen untuk membeli.

4. Inovasi Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepatu running merek Ortuseight di Kota Madiun. Artinya, desain sepatu yang menarik, modern, nyaman, dan terus mengalami inovasi dapat meningkatkan daya tarik produk sehingga mendorong konsumen melakukan pembelian.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. Bagi Perusahaan (Ortuseight)

   Ortuseight diharapkan terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produknya, baik dari segi material, kenyamanan, daya tahan, maupun performa sepatu running. Selain itu, perusahaan perlu menetapkan harga yang kompetitif sesuai dengan kualitas produk agar tetap menarik bagi konsumen dari berbagai segmen pasar.

2. Bagi Strategi Pemasaran

   Ortuseight disarankan untuk terus memanfaatkan *celebrity endorsement* dengan memilih atlet, pelari, maupun influencer yang memiliki kredibilitas, citra positif, dan relevan dengan dunia olahraga. Strategi ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat citra merek di pasar.

3. Bagi Pengembangan Produk

   Perusahaan perlu terus melakukan inovasi desain produk yang mengikuti perkembangan tren, teknologi, dan kebutuhan konsumen. Inovasi yang berkelanjutan akan meningkatkan daya tarik produk sehingga mampu bersaing dengan merek sepatu running lainnya.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang diduga memengaruhi keputusan pembelian, seperti *brand image*, *brand trust*, promosi, *electronic word of mouth* (e-WOM), gaya hidup, atau kepuasan konsumen, sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang lebih komprehensif.