

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan mengenai “Pengaruh Ekuitas Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Secara *Online* (Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen UBP Karawang)” dengan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif. Berdasarkan penelitian tersebut, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Ekuitas merek produk *fashion* secara *online* dikalangan mahasiswa Program Studi Manajemen UBP Karawang cukup baik.
2. Kepercayaan produk *fashion* secara *online* dikalangan mahasiswa Program Studi Manajemen UBP Karawang cukup tinggi.
3. Keputusan pembelian produk *fashion* secara *online* dikalangan mahasiswa Program Studi Manajemen UBP Karawang cukup tinggi.
4. Ekuitas merek secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 4,615 dengan koefisien regresi pada penelitian ini mempunyai nilai positif sebesar 0,302.
5. Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 6,184 dengan koefisien regresi pada penelitian ini mempunyai nilai positif sebesar 0,358.
6. Ekuitas merek dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 83,246 dan Hasil uji R<sup>2</sup> pada penelitian ini diperoleh nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,420, hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh ekuitas merek dan kepercayaan sebesar 42%, sedangkan sisanya sebesar 58% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
7. Variabel kepercayaan lebih dominan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi yang

diperoleh untuk variabel kepercayaan sebesar 0,358 sedangkan variabel ekuitas merek sebesar 0,302.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan mengenai “Pengaruh Ekuitas Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion Secara Online*” yang telah diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

### 1. Bagi Pelaku Bisnis *Online*

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel kepercayaan lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,358, maka untuk para pelaku bisnis *online* dalam melakukan usahanya untuk bisa lebih meningkatkan kepercayaan konsumen. Karena kepercayaan Dalam dunia bisnis sangat dibutuhkan sebagai keputusan pembelian.

Kepercayaan konsumen adalah prioritas utama bagi pelaku bisnis *e – commerce*, karena konsumen tidak dapat melihat langsung barang dan jasa yang di tawarkan oleh produsen. Oleh karena itu, transaksi yang terpercaya dapat mempertahankan pelanggan dan meyakinkan calon konsumen.

### 2. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian dengan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, misalnya promosi dan harga. Menggunakan metode yang berbeda untuk meneliti keputusan pembelian misalnya dengan melakukan wawancara yang lebih mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang didapat lebih bervariasi dan sesuai dengan apa yang dirasakan oleh responden daripada angket atau kuesioner yang jawabannya telah tersedia.