

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan berbagai metode yang sudah dilakukan dalam melakukan penelitian terkait dengan analisis keputusan pembelian akibat dari Athlete Endorsement dan Kualitas Produk terhadap brand Under Armour. Dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran terkait Athlete Endorsement yang dilakukan didapatkan dari hasil analisis deskriptif nilai indeks bahwa jumlah rata-rata nilai indeks Athlete Endorsement sudah termasuk pada kategori tinggi menurut *three box method*. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa responden kuesioner penelitian ini sangat setuju dengan Athlete Endorsement yang dijalankan Under Armour mampu mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Gambaran terkait kualitas produk didapatkan hasil dari analisis deskriptif nilai indeks bahwa jumlah rata-rata nilai indeks Kualitas produk tergolong pada kategori tinggi berdasarkan *three box method*. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa responden kuesioner penelitian ini sangat setuju bahwa kualitas produk dari brand Under Armour mampu mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Gambaran terkait Keputusan Pembelian didapatkan hasil dari analisis deskriptif nilai indeks bahwa jumlah rata-rata nilai indeks Kualitas produk tergolong pada kategori tinggi berdasarkan *three box method*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terhadap variabel keputusan pembelian tinggi.

4. Hasil pengujian yang telah dilakukan memberikan kesimpulan Athlete endorsement berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebagaimana didapatkan bahwa relevance menjadi

indikator yang mendapatkan nilai paling besar . Hal ini dapat menyimpulkan bahwa atlet memberikan manfaat bagi konsumen Under Armour dengan menginspirasi dan memotivasi, meningkatkan kepercayaan diri dengan menampilkan produk berkualitas, mengikuti tren terbaru, dan menciptakan ikatan emosional dengan merek. Selain itu, atlet memberikan edukasi tentang cara menggunakan produk dengan efektif, menjadikan produk pilihan yang lebih menarik dan terpercaya. Kesimpulan tersebut juga membuktikan bahwa penelitian ini sudah sejalan dengan hipotesis yang telah dibuat yaitu athlete endorsement berpengaruh terhadap keputusan pembelian

5. Hasil dari pengujian yang telah dilaksanakan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa kualitas produk Under Armour berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen., sebagaimana didapatkan bahwa Performance menjadi indikator yang mendapatkan nilai paling besar , hal ini membuktikan bahwa kualitas produk dari brand under armour memengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan memberikan kepercayaan bahwa produk tersebut tahan lama, efektif, dan sesuai dengan standar tinggi, Kesimpulan tersebut juga sudah sejalan dengan hipotesis yang telah dibuat. Yaitu kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian.

Dengan demikian dari kedua kesimpulan terkait pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat mampu membuktikan bahwa keduanya berpengaruh secara signifikan.

5.2 SARAN

Berdasarkan penelitian dan Kesimpulan yang telah dilakukan dan dibuat pada penelitian analisis keputusan pembelian akibat pengaruh dari athlete endorsement dan kualitas produk brand Under Armour , bisa diberikan beberapa saran atau masukan yang diharapkan mampu menjadi sebuah Solusi dalam berbagai permasalahan yang dihadapi, sehingga dengan saran yang telah di

berikan diharapkan juga menjadi sebuah bahan pertimbangan untuk brand Under Armour ataupun penelitian yang akan datang pada saat mengambil kebijakan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat dinyatakan bahwa brand Under Armour perlu menyesuaikan lagi atlet yang dipilih dengan melihat reputasi dan telah menciptakan kesuksesan untuk menjadi contoh seperti Stephen curry yang sudah berhasil dalam bidangnya , serta menyesuaikan brand dengan atlet , serta menambah testimoni serta konten yang autentik dalam meningkatkan athlete endorsement.

2. Berdasarkan hasil penelitian dapat dinyatakan bahwa brand Under Armour perlu mengembangkan lagi beberapa inovasi dalam kualitas produk , memperbaiki komposisi material , serta bisa memberikan desain yang lebih berbeda dari sebelumnya kepada konsumen supaya dapat meningkatkan kualitas produk.

3. Berdasarkan hasil penelitian dapat dinyatakan bahwa brand Under Armour dapat mengoptimalkan lagi pengalaman pelanggan , peningkatan kesan positif , serta tawarkan nilai tambah , seperti paket pembelian , diskon , ataupun bonus dalam pembelian produk sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap brand.

4. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan beberapa variabel lain, Hal ini memiliki tujuan agar dapat mengkaji pengaruh keputusan pembelian lebih dalam lagi. Selain dari itu disarankan agar meneliti objek wilayah lainnya, sehingga penelitian selanjutnya mampu memberikan pembaharuan dari penelitian yang sudah dilakukan.