

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh desain produk dan *brand* terhadap keputusan pembelian *t-shirt* pada distro Invictus dan Diery di jl. Trunojoyo Kota Bandung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Gambaran desain produk mengenai dimensi bentuk, fitur, mutu kesesuaian, daya tahan, keandalan dan gaya pada *t-shirt* invictus dan diery yang dianggap kurang baik oleh para konsumen. Hampir semua atau mayoritas konsumen menganggap bahwa tingkat bentuk, fitur, mutu kesesuaian, daya tahan, keandalan dan gaya dianggap kurang baik.
2. Tingkat *brand* dilihat dari dimensi logo, simbol, slogan, kemasan, dianggap belum bisa mewakili *brand t-shirt* yang konsumen harapkan atau masih dilihat kurang baik dan belum mampu memposisikan sebagai *brand t-shirt* yang ternama, sehingga masih banyak konsumen yang harus lebih jauh mengetahui *t-shirt* invictus dan diery.
3. Keputusan pembelian *t-shirt* Invictus dan Diery menurut konsumen di jl. Trunojoyo kota Bandung lebih didasarkan pada pilihan produk dan pilihan merek, hal ini terlihat dari penilaian konsumen bahwa produk dan merek dijadikan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian *t-shirt* tersebut.

4. Keenam dimensi dari desain produk memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap keputusan pembelian konsumen. Kontribusi pengaruh langsung terhadap total pengaruh dimensi mutu kesesuaian terhadap keputusan pembelian konsumen pada *t-shirt* Invictus dan Diery memiliki nilai terkecil. Sedangkan kontribusi pengaruh langsung terhadap pengaruh dimensi gaya terhadap keputusan pembelian memiliki nilai yang besar. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh desain produk dan *brand* terhadap keputusan pembelian konsumen pada *t-shirt* Invictus dan Diery di jl. Trunojoyo kota Bandung, begitupun dengan *brand* diantara keempat dimensi yang memiliki kontribusi kecil ialah kemasan, sedangkan kontribusi pengaruh langsung terhadap pengaruh dimensi logo terhadap keputusan pembelian memiliki nilai yang besar. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh desain produk dan *brand* terhadap keputusan pembelian konsumen pada *t-shirt* Invictus dan Diery di jl. Trunojoyo kota Bandung.

5.2 Rekomendasi

Adapun saran untuk meningkatkan keputusan pembelian *t-shirt* pada distro Invictus dan Diery, pihak Invictus dan Diery sebaiknya harus lebih berupaya untuk memperbaiki desain produk dan *brand* yang selama ini terus dilakukan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka penulis merekomendasikan hal-hal berikut:

1. Untuk desain produk secara umum dinilai kurang baik oleh konsumen *t-shirt*, sisi mutu kesesuaian memiliki nilai/skor terendah, oleh karena itu sebaiknya pihak distro harus dapat menampilkan desain-desain yang lebih menarik

sesuai dengan yang konsumen harapkan, dengan menampilkan beberapa varian *t-shirt* yang sedang di senangi oleh konsumen.

2. Untuk *brand* yang memiliki penilaian terendah dari pengguna *t-shirt* adalah mengenai kemasan oleh karena itu sebaiknya pihak distro Invictus dan Diery harus lebih memperhatikan kemasan *t-shirt* tersebut dengan memperbaharuiya karena kemasan tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Dari hasil penelitian terlihat bahwa masih terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, oleh karena penulis menyarankan agar pihak perusahaan mengidentifikasi faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hal tersebut dapat dilakukan melalui dua riset yaitu riset pasar dan riset produk. Hal ini dilakukan agar desain produk dan *brand t-shirt* menjadi baik dan positif, sehingga keputusan pembelian konsumen akan meningkat.