

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai fungsi branding produk dan merek terhadap peningkatan penjualan pakaian pada Distro Speakout Store Pringsewu, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Branding produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan.

Hasil uji t menunjukkan nilai t-hitung sebesar 2,284 dengan tingkat signifikansi 0,025 ($<0,05$), sehingga branding produk yang mencakup citra merek, karakteristik, brand equity, dan brand knowledge terbukti berkontribusi dalam meningkatkan minat beli konsumen. Strategi branding yang baik menjadikan produk Speakout Store lebih mudah diingat, dikenali, dan dibedakan dari kompetitor.

2. Merek memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap peningkatan penjualan.

Variabel merek memperoleh nilai t-hitung 4,541 dengan tingkat signifikansi $<0,001$, menunjukkan bahwa elemen identitas merek, kepribadian merek, asosiasi merek, sikap terhadap merek, dan persepsi keunggulan merek secara kuat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

3. Branding produk dan merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan.

Hasil uji F menunjukkan F-hitung sebesar 103,588 lebih besar dari F-tabel 3,09 dan signifikan pada 0,001. Ini membuktikan bahwa kedua variabel bersama-sama berkontribusi secara signifikan dalam mempengaruhi penjualan Speakout Store.

4. Kontribusi variabel branding produk dan merek terhadap peningkatan penjualan sangat besar.

Koefisien determinasi (R Square) sebesar 69% menunjukkan bahwa variabel branding produk dan merek mampu menjelaskan 69% variasi peningkatan penjualan, sementara sisanya 31% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

5. Mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap branding produk, merek, dan peningkatan penjualan.

Berdasarkan statistik deskriptif, lebih dari 68% responden menilai branding produk dan merek berada dalam kategori baik, serta 76% responden menilai penjualan juga mengalami peningkatan yang positif.

B. Saran

1. Pada hasil kuisioner menunjukkan bahwa pernyataan nomor 2 variabel X1 mengenai “menurut saya, merk ini mencerminkan kualitas dan kepercayaan yang tinggi” memiliki nilai paling rendah yaitu 375 sehingga disarankan untuk pemilik Distro Speakout Pringsewu untuk dapat lebih melakukan pendekatan untuk memiliki hubungan baik dengan konsumen.

2. Pada hasil kuisioner menunjukan bahwa pernyataan nomor 13 variabel X2 mengenai “saya merasa merek ini memiliki karakter yang unik dan menarik” memiliki nilai yang paling rendah yaitu 392 sehingga disarankan bagi pemilik Distro Speakout Pringsewu untuk dapat menekankan katrakter produknya agar lebih menarik.
3. Pada hasil kuisioner menunjukan bahwa pernyataan nomor 24 variabel Y mengenai “promosi yang di lakukan oleh merk ini menarik perhatian” memperoleh nilai terkecil dengan nilai 375 sehingga di sarankan bagi pemilik Distro Speakout Pringsewu untuk dapat melakukan inovasi promosi agar lebih di kenal konsumen dan lebih menarik.