

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan penelitian yang dilakukan maka didapatkan kesimpulan bahwa *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase Decision*. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa semakin tinggi *Brand Trust* maka akan semakin meningkat *Purchase Decision* pada produk *Fast Fashion*. Karena konsumen akan lebih memilih melakukan pembelian jika telah manaruh harapan tinggi pada suatu merek ataupun produk. Ini artinya semakin tinggi *brand trust* maka akan semakin mendorong *purchase decision* pada produk *Fast Fashion* tersebut.

#### **4.2 Keterbatasan Peneliti**

Berdasarkan pengalaman langsung peneliti dalam menjalankan penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu dipertimbangkan oleh peneliti selanjutnya untuk menyempumakan penelitian serupa. Adapun keterbatasan tersebut sebagai berikut:

- i. Keterbatasan penelitian ini adalah bahwa lokasi penelitian ini di wilayah Indonesia, tetapi responden yang didapatkan oleh peneliti tidak mencakup keseluruhan wilayah di Indonesia ini, yang dimana kemungkinan hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan untuk beberapa wilayah di Indonesia.
- ii. Keterbatasan penelitian ini adalah variabel yang berhubungan dengan *Purchase Decision* yang di teliti hanya *Brand Trust* sehingga kurang menggambarkan apakah *Brand Trust* memiliki pengaruh yang besar atau hanya Sebagian kecil dari terjadinya *Purchase Decision*.

#### **4.3 Saran**

Dari hasil penelitian yang didapatkan, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *pada Brand Trust* terhadap *Purchase Decision* pada produk *Fast Fashion* di Indonesia. Oleh sebab itu, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- 1) Bagi Peneliti
  - i. Peneliti selanjutnya diharapkan melakukan penyebaran responden secara merata sesuai dengan lokasi peneliti selanjutnya, agar hasil yang didapatkan dapat digeneralisasikan secara umum sesuai dengan lokasi penelitian.
  - ii. Peneliti selanjutnya juga diharapkan menambah jumlah reponden dikarenakan untuk wilayah yang luas akan menghasilkan hasil analisis yang kemungkinan tidak dapat digeneralisasikan untuk beberapa wilayah karena jumlah responden yang relative sedikit.
- 2) Bagi Manajeral
  - iii. Berdasarkan hasil penelitian ini, perusahaan disarankan untuk menjaga kepercayaan merek pada konsumen terhadap perusahaan, dengan melakukan produksi produk yang tidak hanya berfokus mengikuti tren saat itu, tetapi juga dapat memproduksi produk yang dapat membuat nyaman jika digunakan oleh konsumen, jika produk nyaman digunakan maka hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan pada suatu produk tersebut dan akan terjadi keputusan pembelian konsumen terhadap produk *fast fashion*.