

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan, maka diambil simpulan:

1. Variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti semakin meningkatnya citra merek pada produk Kahf, maka keputusan pembelian akan semakin meningkat.
2. Variabel inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti semakin meningkatnya inovasi produk Kahf, maka keputusan pembelian akan semakin meningkat.
3. Variabel citra merek dan inovasi produk berpengaruh positif secara simultan terhadap keputusan pembelian Kahf. Hal ini berarti semakin meningkatnya citra merek dan inovasi produk Kahf, maka keputusan pembelian akan semakin meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan, maka peneliti menyarankan adalah sebagai berikut:

1. Pada variabel citra merek peneliti menyarankan agar merek Kahf mampu bersaing dengan merek lain sehingga dapat dikenali konsumennya.
2. Pada variabel inovasi produk peneliti menyarankan agar merek Kahf mampu membuat konsumen tertarik untuk membeli produk Kahf karena produk yang telah berinovasi.
3. Pada Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menguji sampel yang lebih besar, tidak terbatas pada Universitas Dharma Andalas saja, tetapi juga universitas lain di Kota Padang atau bahkan di wilayah tertentu, ini akan memberikan gambaran yang lebih baik.
4. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa ada beberapa faktor tambahan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat

menambahkan variabel tambahan untuk memberikan hasil penelitian yang lebih rinci, luas, dan spesifik.