

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

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

1. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan nilai t-hitung (2,551) lebih besar dari t-tabel (1,656) dan nilai signifikansi $(0,012) < (0,05)$.
2. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan nilai t-hitung (3,576) lebih besar dari t-tabel (1,656) dan nilai signifikansi $(0,000) < (0,05)$.
3. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan nilai t-hitung (2,312) lebih besar dari t-tabel (1,656) dan nilai signifikansi $(0,022) < (0,05)$.
4. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan nilai t-hitung (2,942) lebih besar dari t-tabel (1,656) dan nilai signifikansi $(0,004) < (0,05)$.
5. Berdasarkan uji hipotesis secara simultan (uji f) menunjukkan bahwa variabel yaitu citra merek, kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini

dikarenakan nilai signifikansi $(0.000) < 0.05$. maka hipotesis kelima diterima.

6. Hasil pengumpulan data dari 138 responden di Kota Padang adalah perempuan sebanyak 73 orang (53%) dan laki laki sebanyak 65 orang (47%). mayoritas responden berusia antara 17 s/d 21 tahun, yaitu 59 orang (43%) dan paling sedikit yang berusia di atas >55 tahun, yaitu 11 orang (8%). Pendidikan tertinggi mayoritas responden adalah SMA, dengan jumlah 47 responden (34,1%), sedangkan yang paling rendah adalah S3, hanya 0 orang (0%). Sebagian besar responden berstatus mahasiswa 49 orang (36%), dan yang sedikit PNS hanya 9 orang (7%). penghasilan bulanan terbanyak < Rp 1.000.000 yaitu 48 responden (35%), dan yang paling sedikit responden > Rp 7.500.0000 hanya 6 orang (6%).

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dan pembahasan, maka peneliti menyatakan sebagai berikut

1. Saran untuk terus menjaga dan meningkatkan citra merek positif di benak konsumen agar dapat terus mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Saran untuk senantiasa menjaga dan meningkatkan kualitas produk karena terbukti signifikan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
3. Saran untuk menerapkan strategi penetapan harga yang ideal dan kompetitif agar dapat terus mendorong peningkatan keputusan pembelian.
4. Saran untuk merancang program promosi yang lebih atraktif dan tepat sasaran agar semakin efektif merangsang keputusan pembelian.

5. Saran bagi peneliti selanjutnya untuk mengintegrasikan strategi pemasaran yang mencakup citra merek, kualitas produk, penetapan harga, dan promosi secara simultan dan berkelanjutan agar dapat memaksimalkan pengaruhnya terhadap peningkatan keputusan pembelian
6. Perlu adanya penelitian lebih lanjut dengan jumlah responden yang lebih besar dan beragam untuk mendapatkan gambaran populasi yang lebih akurat. Data demografi responden perlu diperinci lebih detail misalnya rentang usia, bidang pekerjaan, dll. Untuk penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan metode probability sampling agar sampel lebih representatif.