

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada penejelasan sebagaimana telah dipaparkan dan dijelaskan pada pemahasan diatas, maka peneliti akan menarik kesimpulan dari keseluruhan dari pada inti pembahasan tersebut, dengan rincian sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis data, dibuktikan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT CIN Engineering di buktikan pada nilai $t_{hitung} (2,803) > t_{tabel} (1,982)$ dengan signifikans $0,006 < 0,05$.
2. Berdasarkan analisis data, dibuktikan bahwa secara parsial *brand image* berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT PT CIN Engineering. di buktikan pada nilai $t_{hitung} (4,559 > t_{tabel} (1,982)$ dengan signifikans $0,000 < 0,05$.
3. Berdasarkan analisis data, dibuktikan bahwa secara simultan kualitas produk dan brand image berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT CIN Engineering, $F_{hitung} 52,640 > F_{tabel} 3,08$ dengan signifikan senilai $0,000$ atau lebih kecil dari $0,05$ ($F.Sig\ 0,000 < \alpha\ 0,005$),

5.2. Saran

Dari beberapa kesimpulan yang sudah dijabarkan diatas, maka terdapat juga

sedikit saran dari peneliti yang harapannya akan menjadi informasi, masukan ataupun sebuah pertimbangan, demi menunjang keberlangsungan perusahaan menjadi lebih baik lagi. Adapaun beberapa saran yang dapat di jabarkan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Salah satu hal yang diketahui penting untuk sebuah produk merupakan kualitas produk itu sendiri. Karena dengan memperhatikan kualitas suatu produk, dapat memberikan rasa senang bagi pada konsumen atau *customer*, dan meningkatnya penjualan karena adanya kualitas yang baik maka tentunya secara tidak langsung dapat mempengaruhi peningkatan keputusan pembelian konsumen. Adapun beberapa hal yang perlu menjadi perhatian ketika ingin mendapatkan atau mempertahankan kualitas produk yaitu perhatian pada kelayakan, ketahanan maupun desain yang di pasarkan agar dapat menarik minat para pelanggan maupun calon pelanggan.

Selain dari pada halnya kualitas produk, untuk menunjang keputusan pembelian konsumen masih di perlukannya citra/merek pada suatu produk. Disaat sebuah produk menggambarkan karakteristik yang baik, produk tersebut akan mendapat perhatian dan dipercayai oleh konsumen. Dan hal ini tentunya dapat berpengaruh terhadap peningkatan keputusan pembelian konsumen. Untuk dapat tetap terus mempertahankan eksistensi pada dunia usaha tentu tidak luput dari para pesaing produk sejenis yang semakin banyak maka perlu di lakukan upaya meningkatkan citra merek produk yang di pasarkan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Saran bagi peneliti selanjutnya adalah dapat menganalisa kembali terkait keberlangsungan perusahaan dengan harapan dapat menemukan variabel-variabel independen yang lain, selain daripada kualitas produk dan *brand image* serta variabel dependen yang lain, selain keputusan pembelian. Adapun tujuan tersebut agar perusahaan atau objek penelitian dapat menjadi lebih baik lagi dimasa mendatang serta sebuah referensi, pengetahuan dan pembelajaran baru bagi peneliti selanjutnya.