

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan judul pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada PT Top Baker Indonesia, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk pada PT Top Baker Indonesia memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa hasil nilai t hitung sebesar 3,164 lebih besar dari nilai t tabel yaitu sebesar 1,978 dengan nilai signifikansi 0,002 yang lebih kecil dari nilai maksimal yaitu 0,05.
2. Citra Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini dibuktikan dalam penelitian yang menunjukkan bahwa hasil nilai t hitung sebesar 11,164 lebih besar dari nilai t tabel yaitu sebesar 1,978 dengan nilai signifikansi 0,000 yang nilainya lebih kecil dari nilai maksimal yaitu 0,05.
3. Kualitas Produk dan Citra Merek merupakan dua variabel yang memiliki pengaruh yang signifikan pada Keputusan Pembelian. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengolahan data menggunakan SPSS 20 yang datanya diperoleh melalui penyebaran kuesioner sebanyak 132 kuesioner ke konsumen PT Top Baker Indonesia menunjukkan adanya dampak bersamaan yang positif dan signifikan antara ketiga variabel tersebut dengan nilai signifikansi 0,000 dimana lebih kecil dari nilai maksimum 0,05.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan diatas, dapat disampaikan saran-saran yang diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini:

1. Dalam penelitian ini hanya menggunakan variabel Kualitas Produk dan Citra Merek, sehingga hasil yang diperoleh hanya terbatas pada Kualitas Produk dan Citra Merek perusahaan tersebut, untuk mendapatkan hasil yang lebih bervariasi disarankan untuk menggunakan variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Dalam penelitian ini hanya membagikan kuesioner pada 132 responden dikarenakan keterbatasan waktu dan biaya. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan jumlah responden agar hasil yang diberikan lebih mewakili jumlah konsumen yang sebenarnya