

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Pada hasil dari penelitiannya yang didapatkan, kesimpulan yang bisa dibuat yakni:

1. Variable *service quality* dan *brand image* ada dampak signifikan pada keputusan pembelian di Alfamart Gajah Mada secara bersamaan. Ini bisa diamati dari sig. 0,000 < 5% serta F hitung 446,084 > F tabel 2,64, yang artinya variable *service quality* dan *brand image* berdampak signifikan pada keputusan pembeliannya secara bersamaan.
2. Variable *service quality* ada dampak signifikan secara parsial pada keputusan pembelian di Alfamart Gajah Mada. Ini bisa diamati dari sig 0,000 < 5% serta t hitung 8,451 > t tabel 1,967 yang artinya *service quality* secara parsial berdampak signifikan pada keputusan pembeliannya.
3. Variable *brand image* berdampak signifikan pada keputusan membeli di Alfamart Gajah Mada. Ini bisa diamati dari sig. 0,000 < 5% serta thitung 15,085 > t tabel 1,967, yang artinya *brand image* berdampak signifikan pada keputusan pembeliannya.

## **5.2 Saran**

1. Citra Merek yang baik akan selalutersimpan diingatan pelanggannya dengan demikian bisa memengaruhi keputusan pembelian kembali karena pelanggan telah terbiasa dengan merek yang dinilai memiliki keunggulan dan manfaat dari merek lainnya.
2. Konsumen akan merasakan kepuasan jika pegawainya memberikan layanan yang baik dengan demikian konsumen akan membeli kembali produk yang di jual diperusahaan tersebut
3. Peneliti berikutnya diharapkan bisa menambah jumlah responden, contohnya mengumpulkan sample penelitian pada perusahaan sejenisnya, supaya penelitian ini lebih bisa memberikan dampak bagi kualitas layanan dan citra merk pada perusahaan tersebut.