

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis, citra merek diperoleh nilai t hitung $< t$ tabel dan $\text{sig } 0,243 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis, perubahan kualitas produk diperoleh nilai t hitung $10,388 > t$ tabel $1,65$ dan $\text{sig } 0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa perubahan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh nilai f hitung sebesar $82962 > f$ tabel $3,090$ dan $\text{sig } 0,000 < 0,50$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau dengan kata lain perubahan karakteristik merek dan kualitas produk secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas peneliti dapat memberikan saran untuk penelitian yang selanjutnya sebagai berikut ini:

1. Citra merek sangat penting harus diperhatikan dengan teliti. Dalam perusahaan harus mampu mempromosikan merek dan kualitas produk di

berbagai media agar dapat membangun citra yang positif dan dapat meningkatkan *brand image* yang baik di mata masyarakat.

2. Kualitas produk juga sangat penting untuk diperhatikan karena setiap perusahaan tidak boleh mengabaikan kualitas produk. Jika perusahaan ingin meningkatkan kualitas produk perusahaan harus menciptakan berbagai varian – varian produk yang baru agar terciptanya keputusan pembelian dan konsumen merasa puas.
3. Peneliti berharap agar peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Agar kedepannya dapat memperoleh hasil yang lebih maksimal mengenai variabel – variabel citra merek, kualitas produk dan keputusan pembelian. Semakin baik citra merek dan kualitas produk dan keputusan pembelian semakin baik pula kemajuan suatu perusahaan.