

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dan dijelaskan di bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa :

1. *Brand image* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan konsumen.
2. *Brand image* berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas.
3. Harga berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap *brand image*
4. Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan konsumen
5. Harga berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap loyalitas
6. Keputusan konsumen berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian ini, ada beberapa saran yang dapat diberikan kepada penelitian selanjutnya sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini hanya terdapat dua variabel bebas yang mempengaruhi keputusan konsumen dan loyalitas, diharapkan kepada

peneliti selanjutnya dapat menambahkan beberapa variabel bebas agar dapat dikembangkan.

2. Pada penelitian ini terdapat jumlah responden sebanyak 108, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperbanyak jumlah sampel agar bisa mendapatkan hasil yang akurat serta mampu menggambarkan situasi yang sebenarnya.
3. Pada penelitian ini terdapat hasil yang positif namun tidak signifikan yaitu pada hipotesis H3 hubungan antara harga terhadap *brand image* dengan nilai *T-Statistic* dibawah 1,96 yaitu sebesar 1,487 dan hipotesis H5 hubungan antara harga terhadap loyalitas dengan nilai *T-Statistic* dibawah 1,96 yaitu sebesar 1,505. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperbanyak sampel sehingga hipotesis dapat menjadi signifikan.