

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penemuan yang telah dipaparkan sebelumnya memungkinkan munculnya sejumlah simpulan, yang dijelaskan sebagai berikut:

1. *Brand image* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada PT Kansai Indowarna Batam. Berdasarkan hasil pengujian, pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian memiliki nilai sebesar 0,249 atau sama dengan 24,9%.
2. *Brand awareness* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada PT Kansai Indowarna Batam. Berdasarkan hasil pengujian, pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian memiliki nilai sebesar 0,263 atau sama dengan 26,3%.
3. Loyalitas merek (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada PT Kansai Indowarna Batam. Berdasarkan hasil pengujian, pengaruh loyalitas merek terhadap keputusan pembelian memiliki nilai sebesar 0,127 atau sama dengan 12,7%.
4. *Brand image* (X1), *brand awareness* (X2) dan loyalitas merek (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada PT Kansai Indowarna Batam. Berdasarkan hasil pengujian, pengaruh *brand image*, *brand awareness* dan loyalitas merek secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,727 atau setara dengan 72,7%.

5.2 Saran

Berpedoman pada penemuan yang telah dibahas sebelumnya, terdapat saran yang lebih terperinci seperti yang dijelaskan berikut ini:

1. PT Kansai Indowarna Batam perlu memperkuat *brand image* guna mendorong peningkatan keputusan pembelian oleh konsumen. Untuk mencapai hal ini, perusahaan harus fokus pada berbagai strategi branding yang efektif, seperti meningkatkan layanan pelanggan, serta melakukan kampanye pemasaran yang kreatif dan menarik. Dengan membangun *brand image* yang kuat dan positif, PT Kansai Indowarna Batam dapat lebih mudah menarik perhatian dan kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan volume penjualan.
2. PT Kansai Indowarna Batam perlu meningkatkan kesadaran konsumen tentang merek agar dapat meningkatkan jumlah orang yang memilih untuk membeli produk yang dipasarkan. Hal ini dapat dicapai melalui strategi pemasaran yang lebih intensif dan efektif untuk memperkuat identitas merek di pasar. Dengan meningkatkan kesadaran akan merek, PT Kansai Indowarna Batam dapat mengubah persepsi konsumen tentang produk menjadi lebih positif, yang pada gilirannya diharapkan akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen untuk memilih produk-produk yang ditawarkan.
3. PT Kansai Indowarna Batam harus fokus pada meningkatkan loyalitas merek agar dapat mendorong peningkatan dalam keputusan pembelian produk. Hal ini berarti perusahaan perlu memastikan bahwa konsumen merasa terhubung secara emosional dengan merek dan mempercayai produk yang ditawarkan.

Strategi ini bisa mencakup inovasi produk yang berkelanjutan, serta kampanye pemasaran yang efektif untuk. Dengan demikian, PT Kansai Indowarna Batam dapat membangun basis pelanggan yang kuat dan meningkatkan kinerja penjualan secara keseluruhan.

4. Untuk penelitian selanjutnya diharuskan untuk mendalami topik dengan memasukkan variabel tambahan dalam analisis. Selain itu, penting untuk memperluas cakupan dan variasi responden yang dapat diteliti, sehingga dapat memperoleh gambaran yang lebih komprehensif dan representatif. Dengan mengambil langkah-langkah ini, diharapkan bahwa penelitian selanjutnya akan mampu memberikan wawasan yang lebih menyeluruh tentang fenomena yang sedang dipelajari, serta meningkatkan hasil temuan penelitian yang lebih bervariasi.