

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dengan mengacu dalam temuan yang telah dipaparkan, maka simpulan dapat mencakup penyajian berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian ban pada PT Adaban Makmur Sukses.
2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian ban pada PT Adaban Makmur Sukses.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian ban pada PT Adaban Makmur Sukses.
4. Kualitas produk, citra merek dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian ban pada PT Adaban Makmur Sukses.

5.2 Saran

Dengan temuan sebelumnya yang telah terungkap, beberapa saran dapat dijelaskan seperti berikut:

1. PT Adaban Makmur Sukses diharuskan untuk secara berkesinambungan meningkatkan kualitas produk, dengan fokus pada peningkatan kualitas ban, yang merupakan langkah krusial dalam memperkuat persepsi konsumen terhadap nilai dan kehandalan produk mereka. Dengan memastikan bahwa ban yang dihasilkan memiliki standar mutu yang tinggi, PT Adaban Makmur Sukses tidak hanya meningkatkan keyakinan pelanggan terhadap produknya,

tetapi juga berpotensi untuk menarik lebih banyak keputusan pembelian yang menguntungkan perusahaan.

2. PT Adaban Makmur Sukses harus berkomitmen sepenuhnya untuk dapat membangun citra merek yang positif melalui penerapan strategi branding yang tidak hanya kuat tetapi juga konsisten. Hal ini penting agar mereka dapat memastikan bahwa setiap interaksi dengan merek mereka mencerminkan nilai yang dihargai dan diinginkan oleh pasar sasaran. Dengan melakukan hal ini, perusahaan dapat memperkuat identitas merek mereka, membedakan diri dari pesaing, dan secara efektif menarik serta mempertahankan dan meningkatkan keputusan pembelian.
3. PT Adaban Makmur Sukser harus mengoptimalkan strategi promosinya dengan memanfaatkan berbagai *platform* yang tepat. Hal ini meliputi dapat kampanye *online* seperti penggunaan iklan digital yang terarah dan efektif di sosial media dan situs web terkemuka. Selain itu, perlu mempertimbangkan kampanye *offline* seperti acara promosi di tempat-tempat strategis, pameran dagang, atau promosi langsung kepada konsumen. Dengan pendekatan yang komprehensif ini, perusahaan dapat memastikan bahwa promosi mencapai audiens dan mempengaruhi untuk memilih produk yang ditawarkan.
4. Penelitian lebih lanjut perlu dapat mendalami topik ini lebih dalam dengan memasukkan variabel tambahan ke dalam analisisnya. Selain itu, penting untuk memperluas kuantitas dan keragaman sampel responden yang diteliti. Langkah-langkah ini akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang subjek yang diselidiki dan dapat meningkatkan validitas eksternal dari

temuan penelitian yang ada. Dengan mengadopsi pendekatan ini, penelitian di masa depan diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti terhadap literatur di bidang yang serupa.