

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah di bahas di atas dan juga beserta hasil dari penelitian “Pengaruh brand image, persepsi konsumen, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada sociolla di grand batam mall” beserta data yang sudah diolah dan sudah memiliki hasil yang jelas maka peneliti menarik kesimpulan hasil dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Berdasarkan data yang sudah di olah dapat diketahui bahwa variabel brand image memiliki pengaruh positif dan juga signifikan dalam keputusan pembelian dengan hasil yang tertera di dalam hasil uji t yaitu senilai 12,942 atau 12.942% yang artinya brand image berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Berdasarkan data yang sudah di olah dapat diketahui bahwa variabel persepsi konsumen memiliki pengaruh positif dan juga signifikan dalam keputusan pembelian dengan hasil yang tertera di dalam hasil uji t yaitu senilai 123,389 atau 13.389% yang artinya persepsi konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Berdasarkan data yang sudah di olah dapat diketahui bahwa variabel promosi memiliki pengaruh positif dan juga signifikan dalam keputusan pembelian dengan hasil yang tertera di dalam hasil uji t yaitu senilai 12,973

atau 12.973% yang artinya brand image berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

4. Berdasarkan data yang sudah di olah dapat diketahui bahwa variabel brand image, persepsi konsumen, dan promosi mempunyai hasil pengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan juga signifikan terhadap keputusan pembelian seperti yang dapat dilihat dari hasil uji F, nilai F nya mendapatkan nilai sebesar 97,319 dan juga nilai sig nya sebesar $0,001 < 0,05$.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian maka peneliti dapat memberikan saran yang mungkin dapat membantu di kemudian hari bagi peneliti selanjutnya, pada penelitian ini saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk dapat lebih banyak lagi mencari sumber data yang bertujuan agar dapat mendapatkan data yang lengkap dan lebih valid lagi dan dapat mengembangkannya lebih luas lagi.
2. Untuk objek penelitian diharapkan agar dapat diperluas dan tidak hanya terbatas pada suatu tempat saja melainkan dapat meneliti tempat lainnya yang bergerak dibidang retail.
3. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk lebih mempersiapkan diri lagi dalam proses pengumpulan, proses olah data dan segala sesuatunya agar mendapatkan hasil yang jauh lebih baik dari pada peneliti sebelumnya.

4. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan melakukan proses lebih dalam lagi tidak hanya kepada pihak sociolla akan tetapi bisa dari masyarakat yang terkhusus konsumen sociolla agar dapat mengetahui efek dari sociolla terhadap pelanggan.