

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di PT Gunung Kawi Batam serta didukung oleh teori dari referensi yang ada, beberapa kesimpulan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Citra Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya semakin baik citra merek suatu produk, semakin besar kemungkinan konsumen untuk memutuskan membeli produk tersebut.
2. Kepercayaan Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap merek, semakin besar kemungkinan mereka untuk membeli produk dari merek tersebut.
3. Iklan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang berarti semakin efektif iklan yang dilakukan, semakin besar kemungkinan konsumen untuk membeli produk tersebut.
4. Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Iklan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, yang artinya bahwa ketiga variable tersebut berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian di PT Gunung Kawi Batam, beberapa saran yang dapat diberikan adalah:

1. Perusahaan dapat memperbaiki pengalaman berbelanja pelanggan, menjaga reputasi positif di pasar dan meningkatkan citra merek di mata konsumen.
2. Perusahaan dapat fokus pada transparansi kualitas produk atau layanan, membangun hubungan yang kuat dan positif dengan konsumen untuk membantu meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap merek.
3. Perusahaan dapat melakukan evaluasi terhadap strategi iklan untuk memastikan pesan merek disampaikan secara jelas dan memikat, serta memanfaatkan platform yang tepat untuk menjangkau target pasar dengan efektif.
4. Perusahaan dapat menyesuaikan strategi mereka sesuai dengan respons pasar dan tren konsumen yang berkembang.