

**BAB V**  
**KESIMPULAN DAN SARAN**

**5.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang sudah dijabarkan dan diuji sebelumnya, sehingadapat disimpulkanyakni:

1. Ditemukannya pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian deterjen daia di Kota Batam. Berpengaruhnya antara promosi dengan keputusan pembelian deterjen daia di Kota Batam yang mana terdapat indikasi bahwasannya dengan timbulnya pengaruh yang signifikan antara promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian.
2. Terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian deterjen daia di Kota Batam. Berpengaruhnya antara citra merek dengan keputusan pembelian di Kota Batam dimana terdapat indikasi bahwa timbulnya pengaruh yang signifikan antara promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian.
3. Terdapat pengaruh promosi dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian deterjen daia di Kota Batam. Didasarkan hasil uji F bisa dijumpai bahwa promosi dan citra merek berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian deterjen daia di Kota Batam.

## 5.2 Saran

Dari hasil yang ditemukan telah dijabarkan dalam penelitian ini dan beberapa saran yang bertujuan untuk pelengkap dan kemajuan PT wings yang memproduksi sabun pencuci pakaian merek daia sebagai berikut:

1. Seiring dengan semakin selektifnya daya saing dalam dunia bisnis disarankan PT Wings untuk meningkatkan strategi promosi yang menarik dan efektif, karena hal tersebut memiliki adil dalam upaya mengoptimalkan keputusan konsumen yang akan efek pada peningkatan penjualan. Dan menguatkan citra merek kepada komsumen. Dengan promosi yang efektif dan optimal serta pemenuhan kepuasan konsumen dari segi kualitas dapat menguatkan citra merek Daia dengan sendirinya.
2. Untuk peneliti berikutnya, untuk meluaskan penelitian demi diperolehnya fakta yang lebih lugas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk diantaranya faktor harga dan faktor lainnya.