

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan penjelasan yang telah dibahas, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel-variabel independen yang diuji:

1. Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Citra Merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Distribusi memiliki memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
4. Kualitas Produk, Citra Merek dan Distribusi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

5.2. Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan, berikut adalah beberapa saran yang dapat diajukan terkait dengan penelitian ini:

1. Diharapkan bahwa dalam penelitian mendatang, dapat dilakukan eksplorasi atau penggantian variabel independen lain yang juga dapat memengaruhi keputusan pembelian, di luar variabel yang telah digunakan dalam penelitian ini. Tujuan dari hal ini adalah untuk memberikan referensi yang lebih komprehensif dan berguna di masa depan.

2. Dalam penelitian selanjutnya, diharapkan untuk memperluas cakupan data yang digunakan, misalnya dengan mengganti objek penelitian atau menambah jumlah sampel yang lebih beragam. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan yang lebih luas dan mendalam mengenai hubungan antara variabel-variabel yang diteliti dan keputusan pembelian, serta meningkatkan generalisasi temuan penelitian pada populasi yang lebih besar atau konteks yang berbeda.
3. Dalam penelitian berikutnya, diharapkan untuk meningkatkan jumlah data dan sampel yang digunakan. Tujuan dari hal ini adalah untuk menghasilkan hasil yang lebih valid dan representatif, serta meningkatkan kepercayaan terhadap generalisasi temuan penelitian. Dengan demikian, diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai hubungan antara variabel-variabel yang diteliti dan keputusan pembelian.