

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari temuan studi serta interpretasi yang sudah dipaparkan dalam bab sebelumnya, kesimpulan yang bisa di ambil yaitu:

1. Citra merek (X1) berdampak positif dan signifikan pada keputusan untuk membeli (Y) produk makanan Anchor di kota Batam. Output uji T mendukung hal tersebut dengan skor t_{hitung} 2,866 melampaui skor t_{tabel} 1,983, serta skor signifikannya kurang dari 0,05 yakni 0,005.
2. Di kota Batam, kualitas produk (X2) berdampak positif dan signifikan pada putusan konsumen dalam membeli produk makanan Anchor. Hal tersebut dapat dikonfirmasi dengan output uji T yang memperlihatkan skor t_{hitung} 2,540 dimana skor tersebut melampaui skor t_{tabel} 1,983, dan skor signifikannya lebih rendah dari 0,05 yakni 0,013.
3. Di kota Batam, kepercayaan (X3) memberikan dampak yang positif dan signifikan putusan pelanggan untuk membeli produk makanan Anchor. Hal tersebut dapat dikonfirmasi dengan output uji T yang memperlihatkan skor t_{hitung} 8,024 dimana skor tersebut melampaui skor t_{tabel} 1,983, dan skor signifikannya di bawah dari 0,05 yakni 0,000.
4. Keputusan untuk membeli produk makanan Anchor di Batam diintervensi secara positif dan signifikan oleh citra merek (X1), kualitas produk (X2) dan kepercayaan (X3) secara simultan. Temuan ini dikonfirmasi melalui output

uji F, dimana f_{hitung} sebesar 93,888 melebihi nilai dari f_{tabel} 2,69 dengan skor signifikansi 0,000, yang lebih rendah dari 0,05.

5.2 Saran

Merujuk pada pembahasan yang telah dilakukan, peneliti memberikan rekomendasi sebagai berikut:

1. Pihak perusahaan dalam hal ini PT Pundi Selaras Maju harus lebih memperhatikan lagi citra merek dari produk Anchor itu sendiri dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, seperti ramah ketika berinteraksi dengan konsumen, juga sebaiknya perusahaan harus lebih aktif lagi dalam membangun hubungan dengan konsumen dengan melakukan kampanye digital untuk menciptakan kedekatan emosional dan loyalitas terhadap merek.
2. Pihak produsen harus lebih memperhatikan serta menjaga kualitas dari produk Anchor itu sendiri terutama dari segi tekstur, aroma, kebersihan, serta daya tahan dari produk Anchor.
3. Pihak perusahaan harus lebih transparansi kepada konsumen mengenai informasi seperti komposisi bahan, tanggal kedaluarsa, proses produksi, dan juga sertifikasi halal dan kesehatan yang perlu disampaikan dengan jelas oleh pihak perusahaan.
4. Sebagai upaya penyempurnaan, penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan pengembangan dengan menambah variabel-variabel relevan serta memperluas cakupan sampel penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk

memperoleh data yang lebih komprehensif dan meningkatkan validitas temuan.